

**PENGARUH DIGITAL FINANCIAL LITERACY TERHADAP SAVING DAN
SPENDING BEHAVIOR MAHASISWA AKUNTANSI UNIVERSITAS HAYAM
WURUK PERBANAS SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Sarjana

Program Studi Akuntansi



Oleh:

YUNI FARIDA APRIALINDA
2018310281

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS
SURABAYA
2022**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : YUNI FARIDA APRIALINDA
Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 23 April 2000
NIM : 2018310281
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh Digital Financial Literacy terhadap Saving dan Spending Behavior Mahasiswa Akuntansi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing

Tanggal:

(Pepie Diptyana, SE., Ak., M.Si, CA)

NIDN : 0724087601

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi

Tanggal:

(Dr. Nurul Hasanah Uswati Dewi, SE., M.Si., CTA)

NIDN : 0716067802

**PENGARUH DIGITAL FINANCIAL LITERACY TERHADAP SAVING
DAN SPENDING BEHAVIOR MAHASISWA AKUNTANSI
UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS SURABAYA**

YUNI FARIDA APRIALINDA

Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya
Email: 2018310281@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

Digital financial literacy (DFL) is the financial literacy itself in the form of digital financial technology. DFL has an influence on financial decision making related to saving and spending behavior through digital platforms. The higher the DFL level, the better the saving behavior and spending behavior will be. This study aims to determine the effect of DFL on saving and spending behavior. The population used in this study were all the students of Hayam Wuruk Perbanas Surabaya University. The sampling technique in this study used purposive sampling. Data analysis was processed using WarpPLS 7.0 software. The results of this study indicate that DFL has an effect on saving and spending behavior.

Keywords : *Digital Financial Literacy, Saving Behavior, Spending Behavior*

PENDAHULUAN

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kesadaran menabung di kalangan masyarakat Indonesia tergolong cukup rendah. Jika tingkat menabung seseorang rendah, maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi. Hal ini dapat mempengaruhi keadaan keuangan seseorang di masa depan, sehingga perilaku menabung perlu ditingkatkan. Salah satunya yaitu dengan memiliki literasi keuangan yang baik. Di era global saat ini, sudah banyak teknologi keuangan yang dijadikan alternative untuk melakukan pembayaran di platform *digital*. Oleh karena itu, literasi keuangan *digital* sangat diperlukan agar seseorang dapat memahami bagaimana cara mengelola keuangan

yang baik di platform keuangan *digital*. Jika seseorang memiliki literasi keuangan *digital* yang baik, maka perilaku menabung akan semakin meningkat.

Perkembangan teknologi keuangan *digital* dan *e-commerce* saat ini juga dapat mengubah perilaku seseorang dalam berbelanja melalui media *online* (Setiawan et al., 2020). Berbagai lapisan masyarakat terutama generasi muda saat ini sudah menerapkan gaya hidup *digital* mulai dari *digital banking*, pembayaran tagihan *online*, sedekah *online*, belanja *online*, hingga akomodasi dan pemesanan hotel *online*. BI mencatat bahwa jumlah uang elektronik yang beredar setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Di bidang keuangan, FinTech atau *financial technology* merupakan sebutan atau istilah untuk penerapan teknologi keuangan *digital*. Dalam penelitiannya, (Cobla & Osei-Assibey, 2018) menunjukkan hasil yang signifikan mengenai pengaruh pembayaran *digital* terhadap perilaku belanja pada mahasiswa di Ghana. Ini dikarenakan pembayaran *digital* melalui FinTech dinilai dapat memberikan kemudahan dalam transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli sehingga menjadi lebih sederhana dan efisien.

Digital financial literacy (DFL) merupakan literasi keuangan dalam bentuk teknologi keuangan *digital* (Setiawan et al., 2020). Menurut (Prasad et al., 2018), DFL berkaitan dengan pengetahuan sistem belanja dan tabungan melalui pembayaran *online*. DFL dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan keuangan terkait dengan perilaku menabung dan belanja melalui platform *digital* tersebut. Jika seseorang memiliki tingkat DFL yang tinggi, maka *saving behavior* dan *spending behavior*-nya akan semakin baik (Setiawan et al., 2020).

Dari perspektif teori pembelajaran sosial oleh (Albert Bandura, 1989), seseorang belajar dengan mengamati orang-orang di sekitar mereka, mengingat bagaimana mereka bertindak, dan kemudian mengaplikasikan perilaku yang diamati tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, melihat cara orang dewasa menabung dan kemudian menggunakan tabungan itu untuk membeli sesuatu yang mereka inginkan, akan menghasilkan gaya penggunaan uang yang serupa di

kalangan anak muda. Menurut (Obagbuwa & Kwenda, 2020) kebiasaan dalam berbelanja merupakan perilaku yang dipelajari dari orang tua, seperti bagaimana cara orang tua mengelola uang mereka, dll. Hal ini disebabkan karena orang tua merupakan faktor pendorong yang penting dalam kehidupan anak-anak ketika mereka tumbuh. Kebiasaan belanja positif dan negatif juga tergantung pada kebiasaan orang tua mereka. Selain itu, keluarga dan teman sebaya juga memiliki pengaruh besar pada sikap suatu individu terhadap uang (Hadzic & Mersid, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh (Jeevitha & Priya, 2019) menyatakan bahwa mahasiswa di kota Coimbatore, India ternyata cenderung untuk memilih membelanjakan uang mereka daripada digunakan untuk menabung (Jeevitha & Priya, 2019). Hal ini mendukung pernyataan (Kiliç & Ateş, 2018) mengenai fakta bahwasanya konsumen yang lebih memilih belanja *online* adalah remaja muda dan kalangan terpelajar. Penelitian (Setiawan et al., 2020) menunjukkan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh positif terhadap *saving behavior* dan *spending behavior*. Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan (Sekarwati & Susanti, 2020) dan (Romadloniyah & Setiaji, 2020) yang menyatakan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap *saving* dan *spending behavior*.

Dari berbagai fenomena tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *digital financial literacy* terhadap *saving* dan *spending behavior* mahasiswa

Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Pembelajaran Sosial (*Theory of Social Learning*)

Theory of social learning pertama kali dicetuskan oleh (A Bandura, 1971). Teori ini menyatakan bahwa kemampuan seseorang berasal dari suatu pengalaman, kemudian hasil dari pengalaman tersebut akan mengubah tindakan mereka di masa depan. Menurut *theory of social learning*, perilaku belanja dapat ditularkan oleh orang tua dan individu lainnya yang dianggap berpengaruh, sehingga dapat diajarkan dari generasi ke generasi. Perilaku belanja yang positif dan negatif tergantung pada bagaimana kebiasaan orang tua melakukan pengelolaan keuangan di rumah (Hadzic & Mersid, 2014). Di era yang sudah modern ini, dimana hampir sebagian besar transaksi keuangan dilakukan dengan menggunakan pembayaran *digital*, pemahaman mengenai platform keuangan *digital* juga sama pentingnya dengan literasi keuangan. Jika literasi keuangan *digital* sudah diajarkan sejak dini, maka hal ini akan dapat menopang pola pikir anak untuk mengelola keuangannya dengan baik di platform *digital*.

Teori Perilaku Berencana (*Theory of Planned Behavior*)

Theory of planned behavior pertama kali dicetuskan oleh (Ajzen, 1991). Teori ini merupakan perluasan dari *theory of reasoned action* yang menghubungkan antara keyakinan dan perilaku dimana sikap terhadap perilaku (*attitude toward the*

behavior), norma subyektif (*subjective norms*) dan persepsi pengendalian perilaku (*perceived behavioral control*) bersama-sama membentuk niat perilaku individu dan perilaku itu sendiri (Ajzen, 1991). Teori ini juga menambahkan persepsi pengendalian perilaku sehingga mampu menjelaskan hubungan antara niat berperilaku dan perilaku aktual. Teori ini menyatakan bahwa perilaku yang didorong oleh niat dapat dikaitkan dengan perilaku menabung (Widjaja et al., 2020). Menurut teori ini, suatu perbuatan selalu diawali dengan niat dan kemudian akan menjadi kebiasaan/perilaku yang dilakukan sehari-hari, dalam konteks ini yaitu perilaku menabung atau *saving behavior* (Widjaja et al., 2020).

Saving Behavior

Menabung merupakan hal yang penting untuk kesejahteraan masyarakat di masa depan saat tidak bekerja dan tidak memiliki penghasilan (Prasetyo et al., 2020). Dari segi ekonomi, tabungan didefinisikan sebagai sisa pendapatan setelah dikurangi konsumsi selama periode waktu tertentu. Sedangkan menabung dari sisi psikologis disebut sebagai proses dengan tidak menghabiskan uang untuk periode saat ini untuk digunakan di masa depan (Utami & Sirine, 2016). Menabung juga dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk perilaku dalam menyalurkan dana atau kekayaan untuk keperluan atau kebutuhan di masa yang akan datang (Yasid, 2009). (Kartikasari & Muflikhati, 2016) menyatakan bahwasanya menabung merupakan salah satu cara dalam memenuhi kebutuhan hidup keluarga

ketika nantinya ada waktu yang tidak produktif atau saat masa-masa kritis.

Spending Behavior

Belanja atau *Spending* menurut (Mitchell, 2016) merupakan suatu kegiatan yang dinilai menyenangkan dalam menghabiskan uang. *Spending behavior* atau perilaku belanja merupakan suatu aktivitas perseorangan yang terlibat secara langsung dalam proses mendapatkan dan menggunakan suatu barang, serta proses pengambilan keputusan mengenai persiapan dan penentuan kegiatan pembelian (Wahyuningtyas & Susanti, 2021).

Digital Financial Literacy

Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 76/POJK.07/2016 pasal 1 ayat 6, literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. *Digital financial literacy* (DFL) selalu berkaitan dengan pengetahuan mengenai sistem belanja dan tabungan melalui pembayaran *online* (Prasad et al., 2018). (Tony & K., 2020) menyatakan bahwa DFL merupakan kombinasi dari literasi keuangan dan platform *digital*. Dengan demikian, DFL dapat didefinisikan sebagai literasi keuangan dalam teknologi keuangan *digital*. Penelitian tentang DFL telah dilakukan oleh (Prasad et al., 2018) dan (Tony & K., 2020) di India, namun penelitian tersebut tidak secara spesifik mengaitkan DFL dengan *saving and spending behavior*.

Meskipun demikian, pemahaman tentang pengaruh literasi keuangan terhadap *saving and spending behavior* dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara DFL terhadap *saving and spending behavior*.

Pengaruh Digital Financial Literacy Terhadap Saving Behavior

Sumber utama keuangan mahasiswa masih bergantung dari orang tua, karena sebagian besar dari mereka masih belum memiliki pekerjaan yang tetap. Semakin tinggi pendapatan yang mereka terima dari orang tua, maka semakin tinggi pula kemungkinan mereka menyimpan/menabung uangnya. Pengelolaan keuangan yang baik tentunya membutuhkan pengetahuan atau literasi keuangan yang baik (Purnama Putri & Susanti, 2018). Literasi keuangan merupakan proses dalam meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) seseorang agar lebih mampu melakukan pengelolaan keuangan dengan baik (Wahyuni et al., 2019). Agar terhindar dari masalah keuangan maka individu harus memiliki literasi keuangan yang baik (Purnama Putri & Susanti, 2018).

Seiring dengan berjalannya era *digital* saat ini, literasi keuangan dalam bentuk *digital* akan sangat diperlukan untuk dijadikan fondasi dalam pengelolaan keuangan di platform keuangan *digital*, terutama untuk perilaku menabung. Semakin tinggi tingkat DFL, maka semakin baik pula perilaku menabung seseorang. Hasil penelitian (Setiawan et al., 2020) menunjukkan bahwa *digital financial literacy* memiliki

pengaruh positif terhadap *saving behavior*.

H1 : *Digital financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior*

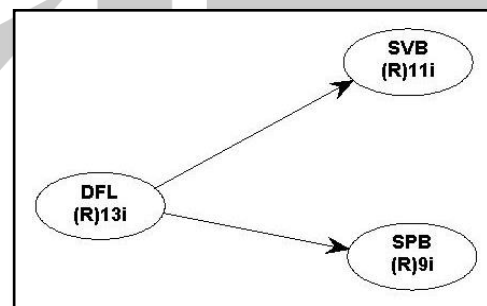
Pengaruh Digital Financial Literacy Terhadap Spending Behavior

Saat ini, Indonesia berada pada era revolusi industri 4.0, dimana teknologi yang dikembangkan manusia sudah berkembang sangat pesat. Hal ini dapat mempengaruhi seluruh aktivitas seseorang dalam kehidupan sehari-hari, termasuk perilaku belanja. Terkait dengan adanya teknologi keuangan *digital* terhadap *saving* dan *spending behavior*, (Setiawan et al., 2020) menjelaskan bahwa pemahaman mengenai literasi keuangan dalam teknologi *digital* atau *digital financial literacy* (DFL) sangatlah penting. Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan (Silalahi, 2020). *Organization for Economics Cooperation and Development* (OECD) menyarankan agar pemahaman mengenai DFL terus ditingkatkan karena teknologi keuangan memiliki karakteristik, keuntungan, dan risiko tersendiri (Setiawan et al., 2020). Dengan memiliki literasi keuangan yang baik, setiap individu akan lebih cerdas dalam memilih barang, mengatur keuangan, merencanakan masa depan mereka (Manik & Dalimunthe, 2019).

Berdasarkan *theory of social learning*, perilaku belanja biasanya dapat dipelajari dari orang tua, guru, dan kunci kepribadian lainnya. Pembelajaran mengenai pengelolaan keuangan yang baik harus diterapkan sejak dini agar dapat dijadikan dasar

untuk mengelola keuangan di masa depan. Literasi keuangan yang baik menjadikan mahasiswa mampu memilah keuangannya untuk kebutuhan yang benar-benar mendesak dan dapat memanfaatkan keuangannya dengan baik. Apabila mahasiswa memiliki pengetahuan tentang keuangan yang rendah, maka mahasiswa tidak akan dapat memajemen keuangannya dengan baik (Wahyuningtyas & Susanti, 2021). Hasil penelitian (Setiawan et al., 2020) menjelaskan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh positif terhadap *spending behavior*.

H2 : *Digital financial literacy* berpengaruh terhadap *spending behavior*



GAMBAR 1
KERANGKA PEMIKIRAN

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dimana spesifikasinya penyusunannya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya (Siyoto & Sodik, 2015, p. 17). Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data primer yang diperoleh dari responden melalui metode survei berupa kuesioner.

Kuesioner akan berisi pernyataan-pernyataan tentang pendapat responden mengenai pengaruh *digital financial literacy* terhadap *saving behavior* dan *spending behavior*.

Variabel Penelitian

Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini yaitu variabel endogen yang terdiri dari *saving behavior* dan *spending behavior*, serta variabel eksogen yaitu *digital financial literacy*.

Definisi Operasional Variabel

Saving Behavior

Saving behavior atau perilaku menabung merupakan kombinasi dari motif dan persepsi seseorang akan kebutuhan masa depan, serta kebiasaannya dalam menabung. Kuesioner ini diadopsi dari kuesioner yang digunakan pada penelitian (Setiawan et al., 2020). Berdasarkan (Alonso-Garcia et al., 2017), (Watson, 2003) dan (Furnham, 1999), *saving behavior* dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu motif rasional (*rational motive*), motif psikologis (*psychological motive*), dan kebiasaan menabung (*saving habit*).

Spending Behavior

Spending behavior atau perilaku belanja merupakan kombinasi dari kebiasaan, preferensi, dan tujuan seseorang dalam membelanjakan uangnya. Kuesioner ini diadopsi dari kuesioner yang digunakan pada penelitian (Setiawan et al., 2020). Berdasarkan (Watson, 2003) dan (Furnham, 1999), *spending behavior* dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu kebiasaan belanja (*spending habit*), preferensi belanja

(*spending preference*), rencana belanja (*spending plan*).

Digital Financial Literacy

Digital financial literacy merupakan kombinasi pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan seseorang dalam menggunakan platform keuangan *digital*, serta kesadaran akan risiko keuangan yang dapat terjadi di platform tersebut. Kuesioner ini diadopsi dari kuesioner yang digunakan pada penelitian (Setiawan et al., 2020). Berdasarkan (Prasad et al., 2018) dan (Morgan & Trinh, 2019), *digital financial literacy* dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu pengetahuan (*knowledge*), pengalaman (*experience*), kesadaran (*awareness*), dan keterampilan (*skill*).

Instrumen Penelitian

Instrumen yang akan dibagikan merupakan kuesioner dalam bentuk Google Form dan akan dibagikan kepada mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya. Kuesioner penelitian ini difokuskan pada *saving behavior*, *spending behavior*, dan *digital financial literacy* yang disertai dengan penilaian masing-masing pernyataan menggunakan skala likert poin satu sampai lima.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Siyoto & Sodik, 2015, p. 63). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh

mahasiswa jurusan akuntansi di Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya. Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Siyoto & Sodik, 2015, p. 65). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu merupakan suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus (Siyoto & Sodik, 2015, p. 66), dengan ketentuan yaitu merupakan mahasiswa jurusan akuntansi angkatan 2018-2021, serta merupakan pengguna aktif dari aplikasi teknologi keuangan *digital*, seperti DANA, OVO, ShopeePay, GoPay, dll.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber datanya (Siyoto & Sodik, 2015, p. 67). Dalam penelitian ini, metode survei akan digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner disebarkan melalui media Google Form. Data dalam penelitian juga didapatkan melalui studi pustaka dengan mengkaji dari berbagai sumber seperti artikel, jurnal, dan literatur lainnya.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur, (Latan & Ghazali, 2013) menyatakan bahwa suatu pengujian dapat dikatakan memiliki hasil yang valid apabila

validitas konvergen (*convergent validity*) memiliki nilai *loading factor* > 0.7 dan AVE > 0.5 , serta validitas diskriminan (*discriminant validity*) memiliki nilai *square roots AVE* konstruk tersebut harus lebih tinggi daripada antar variabel laten pada kolom yang sama.

Sedangkan reliabilitas mengacu pada akurasi instrumen dalam mengukur apa yang diukur, kecermatan hasil ukur dan seberapa akurat seandainya dilakukan pengukuran ulang (Siyoto & Sodik, 2015, p. 91). Instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila terbukti memberikan koefisiensi reliabilitas yaitu, jika indikator menghasilkan nilai *cronbach's alpha* > 0.7 dan *composite reliability* > 0.7 (Latan & Ghazali, 2013, p. 79).

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis. Analisis pertama yaitu analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Analisis deskriptif dapat memberikan gambaran dari suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata atau perhitungan persentase jawaban kuesioner serta menentukan nilai maksimum, minimum, dan *mean* suatu variabel. Sedangkan teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah *Partial Least Squares - Structural Equation Modelling* dengan menggunakan alat uji WarpPLS 7.0. Teknik PLS-SEM digunakan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada hubungan atau

pengaruh antar konstruk tersebut (Latan & Ghozali, 2013, p. 22).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif berfungsi untuk membarikan gambaran atau

mendeskripsikan objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang diperoleh dari tanggapan responden yang didapat melalui kuesioner. Berikut merupakan hasil dari analisis deskriptif pada penelitian ini:

TABEL 1

ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

Saving Behavior			Spending Behavior			Digital Financial Literacy		
Kode Item	N	Mean	Kode Item	N	Mean	Kode Item	N	Mean
SRM1	212	3,93	SPH1	212	3,53	DFK1	212	4,12
SRM2	212	3,67	SPH2	212	4,10	DFK2	212	3,00
SRM3	212	3,85	SPH3	212	3,96	DFK3	212	3,05
SRM4	212	3,18	SPR1	212	3,80	DFK4	212	2,80
SRM5	212	2,91	SPR2	212	3,70	DFK5	212	3,60
SPM1	212	3,98	SPR3	212	3,97	DFE1	212	4,21
SPM2	212	4,02	SPL1	212	3,65	DFE2	212	2,71
SPM3	212	4,05	SPL2	212	3,81	DFE3	212	2,78
SVH1	212	3,58	SPL3	212	3,72	DFA1	212	3,83
SVH2	212	3,61				DFA2	212	3,69
SVH3	212	4,06				DFA3	212	3,91
						DFS1	212	3,91
						DFS2	212	3,91
Rata-rata		3,71	Rata-rata		3,80	Rata-rata		3,50

Sumber : Output SPSS, diolah

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden pada item-item pernyataan variabel *saving behavior* termasuk dalam kategori setuju (S) dengan nilai rata-rata yang berada pada interval $3.41 < X \leq 4.20$. Hal tersebut didukung dengan jumlah tanggapan responden pada item pernyataan SRM1 (*mean* 3.93) serta SRM2 (*mean* 3.67) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi keuangan digital sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari bagi sebagian besar responden. Selain itu pada item SRM3 (*mean* 3.85) dan SPM2 (*mean* 4.02) dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sudah memiliki kepercayaan yang tinggi dalam

menggunakan aplikasi digital. Pada item SPM1 (*mean* 3.98), SVH1 (*mean* 3.58), SVH2 (*mean* 3.61), dan SVH3 (*mean* 4.06) mayoritas responden merasa bahwa mereka dapat mengelola keuangannya lebih independen ketika menabung di platform digital. Kepuasan responden dalam menggunakan aplikasi keuangan digital untuk menabung juga dapat dilihat pada item SPM3 (*mean* 4.05). Item SRM4 (*mean* 3.18) dan SRM5 (*mean* 2.91) menunjukkan bahwa mayoritas dari responden masih berusia remaja sehingga belum memiliki rencana keuangan untuk pensiun maupun wasiat di masa depan nanti.

Selanjutnya diketahui dari tabel bahwa rata-rata jawaban responden pada item pernyataan variabel *spending behavior* termasuk dalam kategori setuju (S) dengan nilai rata-rata yang berada pada interval $3.41 < X \leq 4.20$. Kode item SPH2 (*mean* 4.10), SPH1 (*mean* 3.53), dan SPH3 (*mean* 3.96) menunjukkan bahwa mayoritas responden selalu membatasi jumlah uang yang dikeluarkan untuk berbelanja di platform digital secara teratur. Item SPR3 (*mean* 3.97), SPR1 (*mean* 3.80), dan SPR2 (*mean* 3.70) menyatakan bahwa mayoritas responden lebih memilih berbelanja di platform digital daripada konvensional karena kemudahannya. Selain itu jika dilihat dari rencana pembeliannya, mayoritas responden lebih memilih berbelanja menggunakan platform digital untuk membeli produk domestik dan luar negeri, seperti pernyataan yang tertera pada kode item SPL1 (*mean* 3.65) dan SPL2 (*mean* 3.81). Sebagian besar responden juga menyatakan bahwa mereka memilih berbelanja menggunakan platform digital untuk bersantai dan bersenang-senang, seperti pernyataan yang ditunjukkan pada kode item SPL3 (*mean* 3.72).

Variabel *digital financial literacy* memiliki tiga belas item pernyataan yang akan digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangannya terkait dengan *saving* dan *spending behavior*. Dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban responden pada item-item pernyataan variabel *digital financial literacy* termasuk dalam kategori setuju (S) dengan nilai rata-rata yang berada pada interval $3.41 <$

$X \leq 4.20$. Item pernyataan pada DFK1 (*mean* 4.12), DFK5 (*mean* 3.60), DFE1 (*mean* 4.21), DFS1 (*mean* 3.91), DFS2 (*mean* 3.91), DFA1 (*mean* 3.83), DFA2 (*mean* 3.69), dan DFA3 (*mean* 3.91) menyatakan bahwa mayoritas responden sudah memiliki pemahaman yang baik serta berpengalaman dalam menggunakan produk dan layanan FinTech untuk pembayaran digital. Pernyataan pada kode item DFE2 (*mean* 2.71), DFE3 (*mean* 2.78), DFK2 (*mean* 3.00), DFK3 (*mean* 3.05), dan DFK4 (*mean* 2.80) menunjukkan kurangnya pemahaman responden terhadap produk pembayaran aset, investasi, dan asuransi digital.

Dari hasil kuesioner dapat diketahui bahwa mahasiswa rata-rata sudah memiliki pengetahuan yang baik tentang produk pembayaran berbasis digital, namun masih memiliki keterbatasan pengetahuan untuk produk manajemen aset, investasi dan asuransi berbasis digital. Hal ini menjadi tantangan bagi para praktisi dan akademisi dalam memenuhi kebutuhan akan pengetahuan terkait produk dan layanan keuangan digital untuk memberikan sosialisasi dan regulasi yang efektif tentang produk dan layanan tersebut.

Uji PLS-SEM

Analisis Outer Model

Outer model menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya untuk mengetahui nilai validitas dan reliabilitas item pernyataan pada kuesioner penelitian. Pengujian dilakukan sebanyak dua kali

dikarenakan pada pengujian pertama terdapat tiga belas item pernyataan yang harus dipertimbangkan karena nilai *loading factor* berada diantara 0.5 – 0.7. Pertimbangan dilakukan dengan menganalisis dampak dihapusnya indikator, apabila

dapat meningkatkan nilai AVE dan *composite reliability* di atas batasan maka sebaiknya dihapus, tetapi jika tidak, maka lebih baik dipertahankan. Berikut adalah hasil analisis *outer model* pada pengujian kedua:

TABEL 2
HASIL ANALISIS OUTER MODEL (PENGUJIAN KEDUA)

No	Variabel	Item	Validitas			Reliabilitas		Kesimpulan
			Conv. Valid.		Disc. Valid	Comp. Reliab.	Cronb. Alpha	
			Loading Factor	AVE	Sq. rts. of AVEs			
1.	<i>Saving Behavior</i>	SRM1	0.763	0.531	0.729	0.910	0.888	Memenuhi
		SRM2	0.628					Memenuhi
		SRM3	0.776					Memenuhi
		SRM4	0.658					Memenuhi
		SPM1	0.778					Memenuhi
		SPM2	0.738					Memenuhi
		SPM3	0.807					Memenuhi
		SVH1	0.697					Memenuhi
		SVH3	0.711					Memenuhi
2.	<i>Spending Behavior</i>	SPH1	0.576	0.533	0.730	0.910	0.887	Memenuhi
		SPH2	0.526					Memenuhi
		SPH3	0.750					Memenuhi
		SPR1	0.815					Memenuhi
		SPR2	0.812					Memenuhi
		SPR3	0.824					Memenuhi
		SPL1	0.800					Memenuhi
		SPL2	0.687					Memenuhi
		SPL3	0.714					Memenuhi
3.	<i>Digital Financial Literacy</i>	DFK1	0.712	0.507	0.712	0.919	0.902	Memenuhi
		DFK2	0.673					Memenuhi
		DFK3	0.745					Memenuhi
		DFK4	0.674					Memenuhi
		DFK5	0.724					Memenuhi
		DFE3	0.625					Memenuhi
		DFA1	0.731					Memenuhi
		DFA2	0.789					Memenuhi

No	Variabel	Item	Validitas			Reliabilitas		Kesimpulan
			Conv. Valid.		Disc. Valid	Comp. Reliab.	Cronb. Alpha	
			Loading Factor	AVE	Sq. rts. of AVEs			
		DFA3	0.727				Memenuhi	
		DFS1	0.733				Memenuhi	
		DFS2	0.689				Memenuhi	

Sumber : Output SPSS, diolah

Tabel 2 menunjukkan bahwa setelah indikator – indikator yang dipertimbangkan tersebut dihapus Dapat dilihat bahwa setelah dihapus, item pernyataan SRM5, SVH2, DFE1, dan DFE2 ternyata dapat meningkatkan nilai AVE dan *composite reliability* di atas batasan sehingga keputusannya adalah menghapus indikator. Sedangkan untuk item pernyataan SRM2, SRM4, SVH3, SPH1, SPH2, SPL1, DFK4, DFE3, dan DFS2 keputusannya adalah tetap mempertahankan indikator tersebut karena nilai AVE

dan *composite reliability*-nya sudah di atas batasan.

Analisis Inner Model

Analisis *Inner model* merupakan suatu analisis model yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen. Analisis *inner model* dapat dinilai *R-squared* (R^2), *Q-squared* (Q^2), *Goodness of Fit Model* (GoF). Berikut merupakan hasil pengolahan data untuk analisis *inner model* dengan menggunakan program WarpPLS 7.0:

TABEL 3
HASIL ANALISIS INNER MODEL

	R-squared (R^2)	Q-squared (Q^2)
	Hasil	Hasil
<i>Saving Behavior</i>	0.354	0.351
<i>Spending Behavior</i>	0.487	0.476
Goodness of Fit Model (GoF)		
GoF	Kriteria	Hasil
APC	$p < 0.05$	$= 0.647, p < 0.0001$
ARS	$p < 0.05$	$= 0.421, p < 0.0001$
AARS	$p < 0.05$	$= 0.419, p < 0.0001$
AFVIF	≤ 3.3	$= 2.248$
GoF	Small ≥ 0.1	$= 0.470$
	Medium ≥ 0.25	
	Large ≥ 0.36	
SPR	$= 1$	$= 1.000$
RSCR	$= 1$	$= 1.000$
SSR	≥ 0.7	$= 1.000$

NLBCDR	≥ 0.7	$= 1.000$
--------	------------	-----------

Sumber : Output SPSS, diolah

Nilai *R-squared* pada variabel *saving behavior* adalah 0.354 yang berarti variasi variabel *saving behavior* (SVB) dapat dijelaskan oleh variabel *digital financial literacy* (DFL) sebesar 35,4 persen, dan sisanya sebesar 64,6 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Sedangkan Nilai *R-squared* pada variabel *spending behavior* adalah 0.487 yang berarti variasi variabel *spending behavior* (SPB) dapat dijelaskan oleh variabel *digital financial literacy* (DFL) sebesar 48,7 persen, dan sisanya sebesar 51,3 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Nilai *Q-squared* model penelitian ini baik dari variabel *saving behavior* maupun variabel *spending behavior* bernilai lebih besar dari 0 yang masing-masing bernilai 0.351 dan 0.476 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil estimasi model penelitian menunjukkan validitas prediktif yang baik.

Berdasarkan nilai dari 9 indeks ukuran GoF dapat disimpulkan bahwa model penelitian secara keseluruhan

mempunyai *fit* yang baik dan dianggap layak, dimana nilai *p-value* untuk indeks APC, ARS, dan AARS < 0.05 dengan nilai APC = 0.647, ARS = 421, dan AARS = 0.419. Begitu juga dengan nilai pada indeks AFVIF yang dihasilkan, yaitu < 3.3 yang berarti tidak terdapat masalah multikolinearitas antar indikator. Indeks SPR, RSCR, SSR, dan NLBCDR juga menunjukkan ukuran yang *fit*, yang berarti tidak terdapat masalah kausalitas di dalam model penelitian.

Uji Hipotesis

Setelah melalui beberapa tahapan dari hasil analisis statistik mulai dari pengukuran *outer model* dan *inner model* pada sub-sub sebelumnya, bagian ini akan diuraikan mengenai pembahasan keempat hipotesis penelitian dengan melihat koefisiensi jalur (*path coefficient*) dan signifikansi *p-value* untuk mengetahui pengaruh antar variabel berdasarkan hipotesis yang dibangun. Berikut ini adalah output SEM-PLS untuk pengujian hipotesis.

TABEL 4

HASIL UJI HIPOTESIS

	<i>t-ratio</i> (> 1.960)	<i>p-value</i> (< 0.05)	<i>Path coefficient</i>	Kesimpulan
DFL → SVB	9.676	< 0.001	0.595	H1 diterima
DFL → SPB	11.603	< 0.001	0.699	H2 diterima

Sumber : Output SPSS, diolah

Berdasarkan hasil pengujian Uji T pada tabel 4.9 tentang *digital financial literacy* (DFL) terhadap *saving behavior* (SVB) menunjukkan nilai *t-ratio* sebesar 9.676 yang

artinya H_0 ditolak atau H_1 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior*. Nilai *p-value* variabel *digital financial*

literacy (DFL) terhadap *saving behavior* (SVB) adalah sebesar < 0.001 yang artinya variabel *digital financial literacy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *saving behavior*. *Path coefficient* variabel *digital financial literacy* (DFL) terhadap *saving behavior* (SVB) menunjukkan nilai 0.595 sehingga hubungan antar variabel bersifat positif dan terdapat pengaruh langsung yang artinya jika variabel *digital financial literacy* meningkat satu satuan unit maka variabel *saving behavior* dapat meningkat sebesar 59,5 persen.

Berdasarkan hasil pengujian Uji T pada tabel 4.9 tentang *digital financial literacy* (DFL) terhadap *spending behavior* (SPB) menunjukkan nilai *t-ratio* sebesar 11.603 yang artinya H_0 ditolak atau H_2 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *spending behavior*. Nilai *p-value* variabel *digital financial literacy* (DFL) terhadap *spending behavior* (SPB) adalah sebesar < 0.001 yang artinya variabel *digital financial literacy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *spending behavior*. *Path coefficient* variabel *digital financial literacy* (DFL) terhadap *spending behavior* (SPB) menunjukkan nilai 0.699 sehingga hubungan antar variabel bersifat positif dan terdapat pengaruh langsung yang artinya jika variabel *digital financial literacy* meningkat satu satuan unit maka variabel *spending behavior* dapat meningkat sebesar 69,9 persen.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Digital Financial Literacy* Terhadap *Saving Behavior*

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan terhadap variabel *digital financial literacy* terhadap *saving behavior* menunjukkan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital suatu individu maka perilaku menabungnya akan semakin baik, begitu juga sebaliknya jika tingkat literasi keuangan digital suatu individu rendah maka perilaku menabungnya akan semakin buruk. Artinya seseorang dengan literasi keuangan digital yang baik akan sadar mengenai betapa pentingnya pengetahuan keuangan untuk mengelola keuangan di masa sekarang ataupun masa depan nanti. Literasi keuangan digital yang baik juga berdampak pada pembuatan keputusan yang sehat agar dapat mencapai kesuksesan finansial di masa depan. Kesadaran itulah yang nantinya menimbulkan perilaku menabung yang baik bagi suatu individu.

Berdasarkan analisis data yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dilihat bahwa mahasiswa saat ini sudah memiliki pemahaman yang baik terkait dengan produk-produk keuangan berbasis digital. Sehingga hal inilah yang mendorong minat mahasiswa dalam menabung dengan menggunakan produk keuangan digital. Mahasiswa dengan literasi keuangan digital yang baik akan mampu membuat skala prioritas dalam mengelola penggunaan keuangan mereka secara efektif, serta memiliki pengetahuan dalam merencanakan dan mengelola

keuangan yang baik dan benar di platform digital.

Penjelasan tersebut sesuai dengan penelitian (Lusardi, 2008) yang menyatakan bahwa literasi keuangan menjadi faktor krusial dalam menyelesaikan masalah keuangan dan membentuk perilaku menabung seseorang. Hasil yang sama juga didapat dari penelitian yang dilakukan oleh (Morgan & Trinh, 2019), (Prasetyo et al., 2020), (Rikayanti & Listiadi, 2020), (Widjaja et al., 2020), (Zulaika & Listiadi, 2020), (Chalimah et al., 2019), (Afsar et al., 2018), (Purnama Putri & Susanti, 2018), (Utami & Sirine, 2016), dan (Widyastuti et al., 2016) yang menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior*. (Setiawan et al., 2020) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan merujuk kembali pada pendapat ahli dan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior*.

Pengaruh Digital Financial Literacy Terhadap Spending Behavior

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan terhadap variabel *digital financial literacy* terhadap *spending behavior* menunjukkan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *spending behavior*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital suatu individu maka perilaku belanjanya akan semakin baik, sebaliknya jika tingkat literasi keuangan digital suatu individu

rendah maka perilaku belanjanya akan semakin buruk. Artinya seseorang dengan literasi keuangan yang baik akan memahami bagaimana makna uang bagi dirinya serta mampu mengelola dan memanfaatkan keuangan mereka dengan baik sehingga dapat membedakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi terlebih dahulu dibandingkan dengan kebutuhan tersier yang tidak terlalu wajib dipenuhi. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik, suatu individu juga akan sadar untuk melakukan pembelian yang didasarkan pada kebutuhannya dan bukan hanya keinginan semata.

Berdasarkan analisis data yang telah dijelaskan sebelumnya, jika dilihat dari indikator preferensi belanja, mahasiswa memang lebih memilih berbelanja di platform digital daripada konvensional karena dinilai lebih praktis dan mudah. Dalam hal ini, literasi keuangan akan membantu mereka agar dapat menilai secara kritis mengenai barang atau jasa yang dibeli berdasarkan harga dan kualitas yang ditawarkan. Hal inilah yang nantinya dapat menimbulkan perilaku belanja yang baik bagi mahasiswa.

Penjelasan tersebut sesuai dengan pernyataan (OCDE, 2014) dimana literasi keuangan dapat mendorong perubahan perilaku belanja seseorang ke arah yang lebih positif. Dengan demikian, seseorang yang memiliki pengelolaan keuangan yang bagus akan membatasi diri mereka agar tidak berbelanja secara berlebihan untuk kesejahteraan finansial yang lebih baik di masa depan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

(Omakhanlen et al., 2021), (Wahyuningtyas & Susanti, 2021), (Silalahi, 2020), (Susanti & Rikah, 2020), (Bona, 2018), (Dewi et al., 2017), dan (Putri et al., 2016) yang menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh terhadap *spending behavior*. (Setiawan et al., 2020) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *spending behavior*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan merujuk kembali pada pendapat ahli dan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *spending behavior*.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *digital financial literacy* terhadap *saving behavior* dan *spending behavior* mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan media Google Form kepada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*. Terdapat 257 kuesioner yang diisi, 45 diantaranya tidak memenuhi kriteria sehingga jumlah kuesioner yang dapat diolah dalam penelitian ini adalah 212 kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Squares-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Pengujian yang dilakukan dalam

penelitian ini terdiri dari uji analisis deskriptif, uji *outer model* (uji validitas dan uji reliabilitas), uji *inner model* (R^2 -squared, Q^2 -squared, dan GoF), serta uji hipotesis. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *software WarpPLS 7.0*

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 diterima. Variabel *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior* mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.
2. Hipotesis 2 diterima. Variabel *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *spending behavior* mahasiswa jurusan akuntansi Universitas ayam Wuruk Perbanas Surabaya.

Keterbatasan

Penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan diantaranya, terdapat empat item pernyataan yang dihapus karena tidak memenuhi syarat kriteria uji validitas dan reliabilitas, kuesioner tidak memiliki pertanyaan spesifik terkait dengan karakteristik responden sehingga penjelasan pada deskripsi responden kurang jelas, dan hanya terdapat satu variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu perlu memperhatikan pernyataan yang disusun dalam kuesioner untuk meminimalisir adanya item yang terbuang karena

tidak valid dan reliabel, perlu menggali karakteristik responden lebih dalam, seperti tipe *digital payment* yang digunakan, pendapatan per-bulan, pengeluaran per-bulan, dll, serta diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti pengendalian diri, pendapatan, status sosial ekonomi, dan lain lain dalam mempengaruhi *saving* dan *spending behavior*.

DAFTAR RUJUKAN

- Afsar, J., Chaudhary, G. M., Iqbal, Z., & Aamir, M. (2018). Impact of Financial Literacy and Parental Socialization on the Saving Behavior of University Level Students. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 4(2), 133–140. <https://doi.org/10.26710/jafee.v4i2.526>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179–211.
- Alonso-Garcia, J., Bateman, H., Bonekamp, J., van Soest, A., & Stevens, R. (2017). *Saving preferences in retirement: the impact of pension policy design and health status*. https://www.cepar.edu.au/sites/default/files/2017_WP19_Saving_preferences_in_retirement_0.pdf
- Bandura, A. (1971). *Social learning: Theory*. General Learning Press.
- Bandura, Albert. (1989). *Human Agency in Social Cognitive Theory*. 1175–1184. <https://www.uky.edu/~eushe2/Bandura/Bandura1989AP.pdf>
- Bona, J. T. C. (2018). Factors affecting the spending behavior of college students. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 10(3S), 142–152. <https://www.ajol.info/index.php/jfas/article/view/171490>
- Chalimah, S. N., Martono, S., & Khafid, M. (2019). The Saving Behavior of Public Vocational High School Students of Business and Management Program in Semarang. *Journal of Economic Education*, 8(1), 22–29. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Cobla, G. M., & Osei-Assibey, E. (2018). Mobile money adoption and spending behaviour: The case of students in Ghana. *International Journal of Social Economics*, 45(1), 29–42. <https://doi.org/10.1108/IJSE-11-2016-0302>
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Furnham, A. (1999). The saving and spending habits of young people. *Journal of Economic Psychology*, 20(6), 677–697. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(99\)00030-6](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(99)00030-6)
- Hadzic, M., & Mersid, P. (2014). Students Perception about Financial Literacy: Case Study of International Burch

- University. *European Researcher*, 77(6), 1155–1166. <https://doi.org/10.13187/issn.2219-8229>
- Jeevitha, P., & Priya, & R. K. (2019). a Study on Saving and Spending Habits of College Students With Reference To Coimbatore City. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 6(1), 463–466.
- Kartikasari, S., & Muflikhati, I. (2016). The Influence of Family Characteristics, Family Financial Management, and Saving Intensity on The Size of Farmer Families' Saving at Ciaruteun Ilir Villages. *Journal of Consumer Sciences*, 1(2), 13. <https://doi.org/10.29244/jcs.1.2.13-27>
- Kiliç, Z., & Ateş, V. (2018). *An Investigation of Online Shopping Habits of University Students: Gaziantep Province Case. January.*
- Latan, H., & Ghozali, I. (2013). *Partial Least Squares : Konsep Aplikasi Path Modelling.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lusardi, A. (2008). *Financial Literacy: an Essential Tool for Informed Consumer Choice?* <http://www.nber.org/papers/w14084>
- Manik, Y. M., & Dalimunthe, M. B. (2019). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap hedonisme mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 7(2), 66–76.
- Mitchell, W. C. (2016). *The Backward Art of Spending Money.* 2(2), 269–281.
- Morgan, P., & Trinh, L. (2019). Determinants and Impacts of Financial Literacy in Cambodia and Viet Nam. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(1), 19. <https://doi.org/10.3390/jrfm12010019>
- Obagbuwa, O., & Kwenda, F. (2020). Determinants of students' spending habits: A case study of students at a premier university of african scholarship. *African Journal of Business and Economic Research*, 15(4), 25–43. <https://doi.org/10.31920/1750-4562/2020/V15N4A2>
- OCDE. (2014). PISA 2012 Results: Students and Money: Financial Literacy Skills for the 21st Century. In *Pisa: Vol. VI.* <http://www.oecd-ilibrary.org/%5Cnjsessionid=1f wyo5fg5eknb.x-oecd-live-02content/book/9789264208094-en>
- Omakhanlen, A. E., Iyika, P. I., Chimezie, P. O., & Osho, O. (2021). Impact of economic and financial literacy on the spending behaviour of selected public servants in Lagos state Nigeria. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18, 95–105. <https://doi.org/10.37394/23207.2021.18.11>
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. (2018). Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur. *Journal of Business*

- and Management*, 5(1), 23–32.
<https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>
- Prasetyo, B. S., Yulianto, A., & Setyadharma, A. (2020). The Influence of Financial Literacy and Parents ' Income on Saving Behavior Based on Parents ' Education and School Status. *Journal of Economic Education*, 10(37), 14–20.
- Purnama Putri, T., & Susanti. (2018). Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 6(3), 323–330.
- Putri, S. F., Widodo, J., & Martono, S. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Rasionalitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri se-Kota Semarang). *Journal of Economic Education*, 5(2), 179–192.
- Rikayanti, V. R., & Listiadi, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pembelajaran Manajemen Keuangan, dan Uang Saku Terhadap Perilaku Menabung. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 8(3), 29–36.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jpak/article/view/40669%0>
[Ahttps://ejournal.unesa.ac.id](https://ejournal.unesa.ac.id)
- Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Economic Education Analysis Journal Terakreditasi SINTA 5*, 9(1), 50–64.
<https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>
- Sekarwati, M. A., & Susanti. (2020). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan modernitas individu terhadap perilaku menabung mahasiswa perguruan tinggi negeri surabaya. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 16(2), 268–275.
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I., & Sapulette, M. S. (2020). Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology*, 0(0), 1–19.
<https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1799142>
- Silalahi, R. Y. B. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *Open Journal System*, 3(2), 191–200.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Susanti, A., & Rikah. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Generasi Milenial. *JAB (Jurnal Akuntansi Dan Bisnis)*, 6(1), 37–44.
- Tony, N., & K., D. (2020). Impact of Digital Financial Literacy on Digital Financial Inclusion. *International Journal of*

- Scientific and Technology Research*, 9(1), 1911–1915.
- Utami, D. S., & Sirine, H. (2016). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Menabung Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 27–52.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4194>
- Wahyuningtyas, S. N., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan E-Commerce, dan Promosi Penjualan Online terhadap Perilaku Belanja Online. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 5(1), 47–60. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v5n1.p47-60>
- Watson, J. J. (2003). The relationship of materialism to spending tendencies, saving, and debt. *Journal of Economic Psychology*, 24(6), 723–739. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2003.06.001>
- Widjaja, I., Arifin, A. Z., & Setini, M. (2020). The effects of financial literacy and subjective norms on saving behavior. *Management Science Letters*, 10(15), 3635–3642. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.6.030>
- Widyastuti, U., Suhud, U., & Sumiati, A. (2016). The Impact of Financial Literacy on Student Teachers' Saving Intention and Saving Behaviour. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(6), 41–48. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n6p41>
- Yasid, M. (2009). *Perilaku Menabung Ibu Rumah Tangga Keluarga Miskin Peserta Program Ikhtiar Lembaga Keuangan Mikro Syariah Berbasis Kelompok Di Bogor, Jawa Barat*. 4(1), 90–100.
- Zulaika, M. D. S., & Listiadi, A. (2020). Literasi Keuangan, Uang Saku, Kontrol Diri, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 137–146. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>