

Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendidikan Keuangan di Keluarga Terhadap Perilaku Belanja Online Mahasiswa

Delfian Zaman¹, Mohd. Ideal Kurniawan² – Politeknik LP3I Kampus Pekanbaru

ABSTRAK

Belanja online menjadi sebuah trend di kalangan masyarakat di era digitalisasi saat ini, termasuk mahasiswa. Kemandirian dalam memegang keuangan dan kehidupan yang jauh dari orangtua, serta dukungan kemudahan transaksi membuat perilaku konsumtif mahasiswa tidak terkontrol. Sebagian besar mahasiswa melakukan pembelian tanpa ada perencanaan dan kebutuhan, hanya berdasarkan keinginan serta tren gaya hidup lingkungan. Literasi keuangan dan pendidikan keuangan di keluarga seringkali dikaitkan sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online mahasiswa. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah sejumlah 53 orang mahasiswa yang diambil dengan metode accidental kepada seluruh mahasiswa di Indonesia melalui survei online. Analisis data menggunakan pengujian spearman-rho dengan software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Potret literasi keuangan mahasiswa terukur dalam level sufficient literate dengan dominasi pendidikan keuangan di lingkungan keluarga pada level kurang, dan perilaku belanja online yang sering. Kondisi tersebut mendukung fakta bahwa literasi keuangan dan pendidikan keuangan keluarga berpengaruh kuat terhadap perilaku belanja online mahasiswa.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Pendidikan Keuangan, Keluarga, Belanja Online.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Belanja online menjadi sebuah trend di kalangan masyarakat di era digitalisasi saat ini, termasuk mahasiswa (Kenale Sada, 2022). Kemandirian dalam memegang keuangan dan kehidupan yang jauh dari orangtua, serta dukungan kemudahan transaksi membuat perilaku konsumtif mahasiswa tidak terkontrol (IQBAL, 2020). Sebagian besar mahasiswa melakukan pembelian tanpa ada perencanaan dan kebutuhan, hanya berdasarkan keinginan serta tren gaya hidup lingkungan (Putra, 2022). Perilaku konsumtif atau belanja online yang tidak terkontrol mahasiswa dapat dilihat dari empat aspek diantaranya perilaku boros, tidak memperhatikan fungsi barang saat akan membeli, mengedepankan keinginan, dan tanpa melibatkan skala prioritas

(Sianipar et al., 2022).

Dalam penelitian Ibrahim & Nurdin (2022) menyebutkan bahwa belanja online sebagai salah satu wujud perilaku konsumtif mahasiswa seringkali dipengaruhi oleh literasi keuangan yang masing-masing individu. Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan aplikasi seseorang dalam memproses informasi serta mengambil keputusan atas sebuah transaksi keuangan (HS & Indriayu, 2017). Dalam konteks literasi keuangan, sebagian besar mahasiswa tidak memahami konsep dasar kebutuhan, inflasi, dan jenis pembiayaan termasuk pinjaman sehingga mereka akan melakukan belanja online dalam bentuk kredit tanpa memikirkan kondisi keuangan saat ini dan yang akan datang (Ibrahim & Nurdin, 2022). Pada dasarnya, pendidika literasi keuangan sudah mahasiswa dapatkan pada pembelajaran formal sejak sekolah dasar hingga menengah atas, bahkan di kalangan perguruan tinggi. Namun, paparan formal tersebut tidaklah cukup jika tidak ada sublimasi pendidikan keuangan di keluarga sebagai lingkungan yang paling mempengaruhi terbentuknya sikap dan perilaku mahasiswa (Sudrajat & Setiyawan, 2022)

Mufida & Sholikhah (2022) dalam penelitiannya menerangkan bahwa salah satu dari sekian banyak faktor yang menentukan perilaku konsumtif dalam belanja online mahasiswa adalah pendidikan keuangan di keluarga. Peran orangtua sebagai pendidik dasar dalam mengelola keuangan di keluarga seperti pembiasaan menganalisa kebutuhan, mempertimbangkan keinginan, melatih hidup hemat dengan menabung berdampak signifikan dalam keberlanjutan perilaku mahasiswa dalam mengelola uang saku mereka, sehingga perilaku belanja pun bisa terkontrol. Pendidikan keuangan di keluarga tidak hanya mempengaruhi perilaku belanja mahasiswa, tetapi juga menjadi dasar pembentukan pola pikir mahasiswa tentang uang. Pembentukan pola pikir inilah yang akan berkontribusi terhadap pola sikap yang terwujud dalam gaya hidup mahasiswa (Albab, 2020).

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan pendidikan keuangan di keluarga terhadap perilaku belanja online mahasiswa. Dengan diketahuinya pengaruh tersebut maka diharapkan bisa menjadi sumber evaluasi bagi mahasiswa terkait dengan kontrol perilaku belanja online dan sikap terhadap pengelolaan keuangan ke depannya.

LANDASAN TEORI

Literasi Keuangan

Pengelolaan keuangan setiap individu harus didasarkan pada pemahaman terhadap konsep dasar keuangan yang sering diistilahkan sebagai literasi keuangan. Lusardi & Mitchell (2014) menyatakan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan seseorang tentang keuangan yang diikuti dengan sikap untuk mengaplikasikan hasil tahu tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Pendapat lain disebutkan oleh (Huston, 2010) bahwa literasi keuangan yaitu kemampuan individu untuk mengamati, menganalisa, mengatur, dan melakukan komunikasi terkait keadaan keuangan (Harto, 2022) yang akan berdampak pada kesejahteraan ekonomi. Literasi keuangan memunculkan pemahaman terhadap semua segmen individu, termasuk mahasiswa. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi bisa dengan mudah mengelola keuangan karena secara teori mereka paham dan mampu mengaplikasikan pemahamannya tentang uang dan risiko penggunaannya (Pongoh et al., 2022). Menurut Aribawa (2016), empat aspek yang bisa digunakan untuk mengukur

tingkat literasi keuangan adalah konsep pengetahuan tentang keuangan pribadi, tabungan, jaminan/asuransi, serta investasi.

Pendidikan Keuangan di Keluarga

Selain dari pendidikan formal di sekolah, literasi keuangan seseorang juga diperoleh dari pendidikan informal, salah satunya keluarga. Fakta ini sekaligus menerangkan bahwa level pemahaman literasi individu juga tergantung pada lingkungan keluarga, karena pembentukan pola pikir yang terwujud dalam sikap seseorang sangat dipengaruhi oleh lingkungan keluarga (Sianipar et al., 2022). Menurut Rahim et al (2022), pendidikan keuangan di keluarga merupakan sistem pembelajaran orangtua dalam memberikan pengetahuan dan teladan untuk anak-anaknya dalam mengelola keuangan yang baik. Keberhasilan didikan orangtua dalam mengadopsi pemahaman keuangan terlihat melalui sikap anak dalam membelanjakan uang. Jika, pendidikan keuangan di keluarga baik maka dampaknya akan terlihat dari pola belanja atau konsumtif anak yang terkontrol dan begitu pula sebaliknya. Lusardi & Mitchell (2014) berpendapat bahwa pendidikan keuangan di keluarga mencakup oleh tiga aspek, yaitu kebiasaan menabung, menggunakan uang pribadi untuk kebutuhan tambahan, dan mengelola uang saku.

Belanja Online Mahasiswa

Digitalisasi jaman dalam semua aspek berdampak pada kemudahan, termasuk dalam hal berbelanja (Harto, Rinaldi, & Sulistya, 2021; Wakil, et al., 2022; Wijaya, et al., 2022; Iqbal, 2020). Belanja online sebagai salah satu istilah populer di semua kalangan masyarakat menjadi sebuah rutinitas transaksi yang digemari, termasuk mahasiswa. Kemudahan proses dan alasan hemat waktu serta energi membuat mahasiswa memenuhi semua kebutuhan dan keinginannya melalui belanja online (Albab, 2020). Menurut (Aprilia et al., 2022) belanja online merupakan sebuah transaksi yang melibatkan proses pemesanan produk dan pembayaran dari penjual secara tidak langsung atau menggunakan internet dan kemudian melakukan pembayaran secara transfer atau *cash on delivery* (COD). Pendapat lain diungkapkan oleh Isalman (2022) yang menyatakan bahwa belanja online atau *online shopping* adalah sebuah proses pembelian barang atau jasa oleh konsumen kepada penjual secara interaktif serta *real time* melalui media digital atau internet.

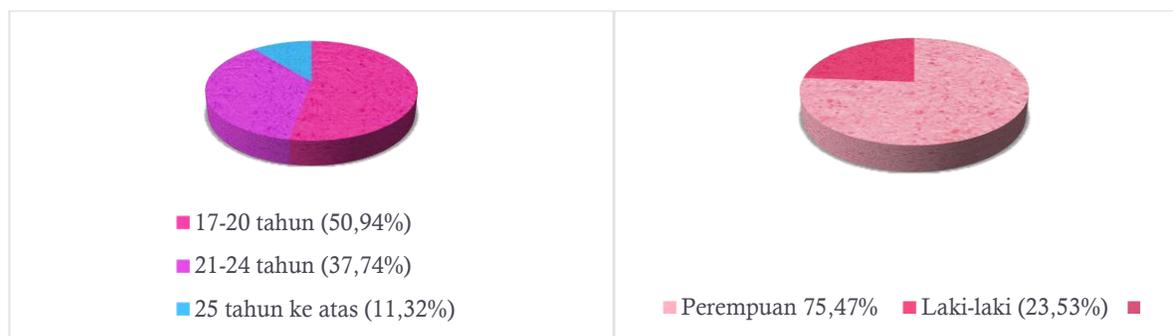
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah sejumlah 53 orang mahasiswa yang diambil dengan metode *accidental* kepada seluruh mahasiswa di Indonesia melalui survei online. Analisis data menggunakan pengujian *spearman-rho* dengan *software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS)

PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Mahasiswa merupakan masa memasuki usia dewasa awal dengan rentang 18-25 tahun (Hulukati & Djibran, 2018). Sejumlah mahasiswa yang menjadi obyek penelitian sebagian besar didominasi usia 17-20 tahun dengan jumlah 27 orang (50,94%), disusul oleh kelompok usia 21-24 tahun dengan jumlah 20 orang (37,74%) dan sisanya adalah mahasiswa dengan usia di atas 25 tahun berjumlah 6 orang (11,32%).

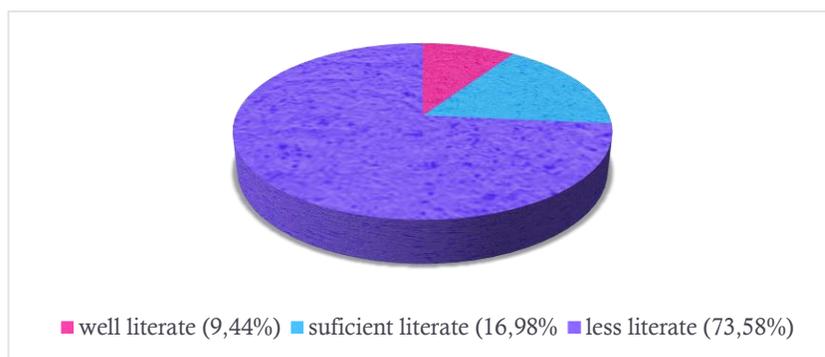


Gambar 1. Karakteristik Usia dan Jenis Kelamin Mahasiswa
Sumber : Data primer, 2022

Berdasarkan jenis kelamin, hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 40 orang (75,47%) dan sisanya sebanyak 13 orang (23,53%) adalah laki-laki. Kondisi ini sesuai dengan pendapat (Widiyawati et al., 2022) bahwa minat belanja perempuan cenderung lebih tinggi daripada laki-laki.

Potret Literasi Keuangan Mahasiswa

Literasi keuangan pada dasarnya sudah menjadi kebutuhan semua kalangan masyarakat sebagai upaya ketercapaian kesejahteraan ekonomi (Pongoh et al., 2022). Namun, terkadang selain tingkat pengetahuan dasar, pola pengelolaan di keluarga sejak kecil dan gaya hidup lingkungan sekitar cenderung mempengaruhi tingkat literasi seseorang (Rosa & Listiadi, 2020).



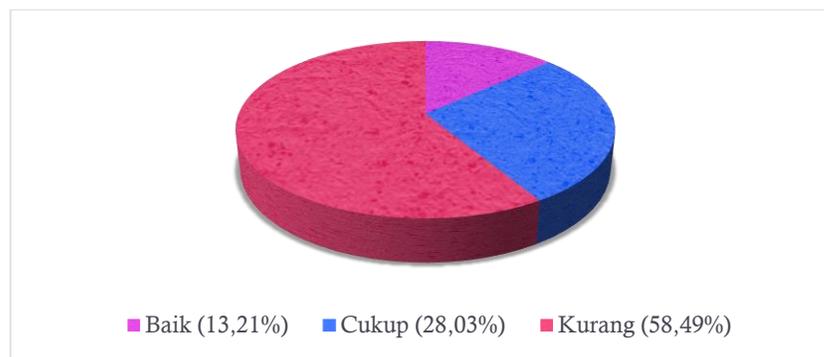
Gambar 3. Potret Literasi Keuangan Mahasiswa
Sumber : Data primer, 2022

Berdasarkan hasil survei peneliti, diketahui bahwa 73,58% mahasiswa berada pada *less literate* yaitu sebuah kondisi telah mengetahui tentang dasar-dasar keuangan yang disampaikan di sekolah dan tingkat perguruan tinggi, tanpa mengetahui perihal prinsip asuransi/ jaminan, tabungan, maupun investasi (Huston, 2010). Selanjutnya, sebanyak 16,98% mahasiswa berada pada level *sufficient literate* yang merupakan tingkatan literasi keuangan dimana mahasiswa telah mengetahui keseluruhan prinsip dan telah meyakini kebenaran serta manfaatnya, tetapi belum

mampu mengaplikasikannya dalam pengelolaan keuangan (Huston, 2010) termasuk dalam hal perilaku belanja online. Terakhir, sisanya sebesar 9,44% telah berada pada tingkatan *well literate* yang menunjukkan kemampuan penuh mahasiswa baik secara teori maupun aplikasi terkait dengan literasi keuangan, sehingga mereka mampu berperilaku terkontrol perihal mengelola keuangan (Huston, 2010). Fakta di atas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kewal Anastasia Sri (2013) yang menyatakan bahwa 63% literasi keuangan di tingkat mahasiswa berada pada kategori rendah karena kurangnya pengetahuan terkait kebermanfaatannya sebuah produk, tabungan dan investasi.

Potret Pendidikan Keuangan di Keluarga Mahasiswa

Pendidikan keuangan di keluarga seringkali tidak diperhatikan oleh banyak orang, padahal proses ini yang ke depannya akan menentukan pola pikir dan membentuk perilaku pengelolaan keuangan seseorang (Danilo Gomes de Arruda, 2021). Pendidikan keuangan di keluarga mencakup tiga aspek, yaitu kebiasaan menabung, menggunakan uang pribadi untuk kebutuhan tambahan, dan mengelola uang saku (Lusardi & Mitchell, 2014).



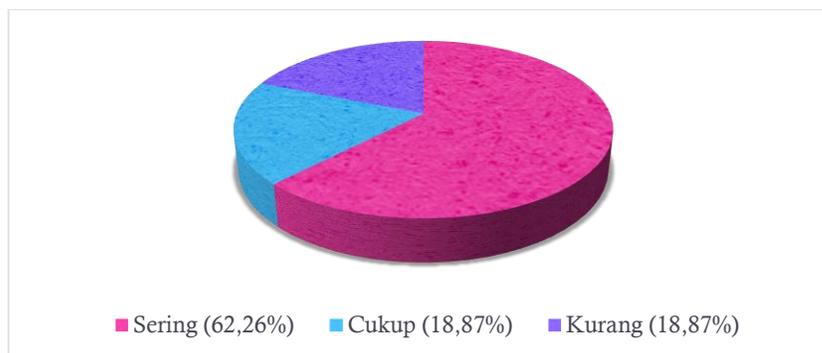
Gambar 4. Potret Pendidikan Keuangan di Keluarga Mahasiswa
Sumber : Data primer, 2022

Pengukuran dari ketiga aspek pendidikan keuangan di keluarga menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa selama ini mendapatkan pendidikan keuangan di keluarga dalam kategori kurang dengan prosentase 58,49%. Kelompok selanjutnya sebesar 28,03% mahasiswa mendapatkan pendidikan keuangan di keluarga dalam kategori cukup (28,03%), dan terakhir adalah mahasiswa dengan pendidikan keuangan keluarga baik menunjukkan prosentase 13,21%. Kurangnya pendidikan keuangan di keluarga pada dasarnya dikarenakan pola pendidikan yang terjadi secara turun temurun dari keluarga orangtua sebelumnya (Swiecka Swiecka et al., 2019). Selain faktor lain berupa kesibukan orangtua berkarir dan kesejahteraan ekonomi (Wagner, 2015).

Potret Perilaku Belanja Online Mahasiswa

Belanja online menjadi sebuah kebutuhan sekaligus tren di kalangan mahasiswa (Sianipar et al., 2022) dikarenakan fleksibel dan kemudahan transaksi (Isalman, 2022). Kemudahan ini seringkali mengakibatkan perilaku belanja yang tidak terkontrol atau konsumtif yang ditandai

dengan menjadikan belanja online sebagai media pemenuhan keinginan bukan kebutuhan (Albab, 2020).



Gambar 5. Potret Perilaku Belanja Online Mahasiswa

Sumber : Data primer, 2022

Hasil pengukuran terlihat bahwa, 62,26% mahasiswa menyatakan sering berbelanja online dengan media belanja nasional maupun internasional. Selanjutnya untuk mahasiswa dengan kategori belanja cukup dan kurang masing-masing berada pada prosentase 18,87% yang didominasi dengan media belanja nasional saja. Seringnya mahasiswa dalam berbelanja online, sebelumnya telah dinyatakan dalam penelitian Albab (2020) yang menyatakan bahwa 80% mahasiswa sebagai subyek penelitian berperilaku konsumtif melalui *platform* pembelanjaan online.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Belanja Online Mahasiswa

Sebagai sebuah konsep dasar yang harus ada dalam diri individu dalam kaitannya dengan keberhasilan memahami dan mengelola keuangan, literasi keuangan cenderung menjadi sebuah hal yang sangat pokok dalam perilaku pengelolaan keuangan seseorang. Hasil analisis *spearman-rho* dengan melibatkan tiga level literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa yaitu *less literate*, *sufficient literate*, dan *well literate* (Huston, 2010) terhadap perilaku belanja online mahasiswa, didapatkan hasil sebagaimana tabel 1 berikut :

Tabel 1. Hasil Pengujian Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Belanja Online Mahasiswa

Variabel	Koefisien korelasi	sig
Literasi keuangan	0,599**	0,000

Sumber : Data primer, 2022

Berdasarkan hasil analisis diketahui terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku belanja online mahasiswa dengan nilai sig 0,000. Selanjutnya, besar pengaruh yang didapatkan adalah 0,599, sehingga peran pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku belanja online mahasiswa berada pada prosentase 59,9% dalam kategori pengaruh yang kuat (Sugiyono, 2017). Kondisi ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahendra (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku belanja dan investasi mahasiswa. Namun, sebuah penelitian dari Gultom B.T et al. (2022) berkebalikan dalam hal ini,

yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak mempunyai dampak pada perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa dikarenakan, faktor pengukuran pada variabel literasi yang dilakukan hanya pada fase pengetahuan saja.

Pengaruh Pendidikan Keuangan di Keluarga terhadap Perilaku Belanja Online Mahasiswa

Pendidikan keuangan di lingkungan keluarga mengarah pada pembiasaan, pemberian contoh baik, dan penjelasan terhadap berbagai kegiatan yang melibatkan transaksi keuangan. Ketiga proses tersebut akan membentuk sebuah pola pikir bagi mahasiswa dan terwujud dalam perilaku bijak dalam mengelola uang termasuk diantaranya berbelanja secara online (Rosa & Listiadi, 2020). Aplikasi proses pendidikan keuangan di keluarga terlihat dalam kebiasaan menabung, perilaku menggunakan uang, serta cara mengelola keuangan (Lusardi & Mitchell, 2014). Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji *spearman-rho* dengan melibatkan ketiga aspek pengukuran pendidikan keuangan di keluarga terhadap perilaku belanja online mahasiswa, diketahui besaran pengaruh sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Pengujian Pengaruh Pendidikan Keuangan di Keluarga terhadap Perilaku Belanja Online Mahasiswa

Variabel	Koefisien korelasi	sig
Pendidikan keuangan di keluarga	0,645**	0,000

Sumber : Data primer, 2022

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh pendidikan keuangan di keluarga terhadap perilaku belanja online mahasiswa dengan nilai sig 0,000 dan nilai korelasi 0,645 yang menunjukkan tingkat korelasi kuat (Sugiyono, 2017). Hasil tersebut juga bisa diasumsikan bahwa peran pendidikan keuangan di keluarga dalam mempengaruhi perilaku belanja online mahasiswa adalah sebesar 64,5%. Aspek terkuat dari pendidikan keuangan di keluarga yang mempengaruhi perilaku belanja online mahasiswa adalah cara mengelola uang saku, dimana mahasiswa yang menjadi obyek penelitian sebanyak 64% mengaku tidak pernah mendapatkan pendidikan terkait pengelolaan uang saku sehingga berdampak pada ketidakmampuan mereka dalam mengontrol uang saku untuk belanja online. Putra (2022) dalam penelitian dengan variabel yang sama juga menyatakan bahwa terdapat peran pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan prosentase 93%. Hasil yang sama juga dinyatakan oleh Sari & Listiadi (2021) dalam penelitian lain yang menunjukkan hasil bahwa terdapat korelasi positif pendidikan keuangan di keluarga terhadap *financial self-efficacy* berupa keyakinan dalam bertransaksi keuangan termasuk belanja online.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Potret literasi keuangan mahasiswa terukur dalam level *sufficient literate* dengan dominasi pendidikan keuangan di lingkungan keluarga pada level kurang, dan perilaku belanja online yang

sering. Kondisi tersebut mendukung fakta bahwa literasi keuangan dan pendidikan keuangan keluarga berpengaruh kuat terhadap perilaku belanja online mahasiswa.

Saran

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan pengukuran secara aplikatif dengan melibatkan nilai tugas atau nilai ujian mata kuliah dalam kaitan dengan literasi keuangan, sehingga kedalaman pengukuran variabel lebih tajam.

DAFTAR PUSTAKA

- Albab, F. U. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017). *Skripsi*.
- Aprilia, D., Sari, N., & Berlianantiya, M. (2022). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Belanja Online Pada Gen -Z Di Universitas PGRI Madiun. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 10, 179. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v10i2.13447>
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1 SE-Articles), 1–13. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>
- Danilo Gomes de Arruda. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Mahasiswa Programstudi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar*. 6.
- Gultom B.T, HS Renol S, & Siagian L. (2022). Dampak Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa (Studi Kasus di Universitas Hkbp Nommensen Pematang Siantar). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), 134–144. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/46896>.
- Harto, B. (2022). Peran Keuangan dan Akuntansi Dalam Sustainability. In T. Agustina, Sebastianus, A. Ferlina, B. Harto, & dkk, *Business Sustainability: Concepts, Strategies, And Implementation* (pp. 187-195). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Harto, B., Rinaldi, K., & Sulistya, A. (2021). Rencana Strategis Bisnis Jualan Online di Masa Pandemi Covid-19: Online Selling Business Strategic Plan in the Covid-19 Pandemic Period. *Engineering and Technology International Journal*, 3(3), 188-192.
- HS, S. R., & Indriayu, M. (2017). Kajian Literasi Keuangan Pada Siswa Menengah Atas (SMA): Sebuah Pemikiran. *Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 1–9.
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling Teori Dan Praktik)*, 2(1), 73. <https://doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Ibrahim, S. A., & Nurdin, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 2(1), 436–439. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v5i1.24649>
- IQBAL, M. I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

- Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (iain) manado. In *{Iqbal2020Pengaruh}*, (Vol. 1, Issue 1). <http://repository.iain-manado.ac.id/20/>
- Isalman, I. (2022). Investigasi Faktor Pendukung Dan Penghambat Belanja Online Di Kota Kendari. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7, 30–46. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3413>
- Kenale Sada, Y. M. V. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86–99. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.35>
- Kewal Anastasia Sri, S. S. M. (2013). Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa Stie Musi. *Jurnal Economia*, Vol. 9(No. 2), 130–140. <http://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/1804>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mahendra, K. C. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Belanja dan Perilaku Investasi*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/39749%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/39749/18311472.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mufida, I., & Sholikhah, N. (2022). Pengaruh pendidikan keuangan di keluarga dan teman sebaya terhadap financial management behavior siswa. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 2085–1960.
- Pongoh, S., Rooroh, A., & Pontolawokang, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga Dalam Memenuhi Kebutuhan Pendidikan Anak Di Kelurahan Gogagoman Kecamatan Kotamobagu Barat Kota Kotamobagu. *Literacy: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3, 99–108. <https://doi.org/10.53682/jpeunima.v3i1.4047>
- Putra, H. R. F. (2022). Peran Literasi Keuangan Dan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Dharma Pendidikan*, 17(April), 21–39. <http://journal.stkipnganjuk.ac.id/index.php/jdp/article/view/189>
- Rahim, N., Ali, N., & Adnan, M. (2022). Students' Financial Literacy: Digital Financial Literacy Perspective. *GATR Journal of Finance and Banking Review*, 6, 18–25. [https://doi.org/10.35609/jfbr.2022.6.4\(2\)](https://doi.org/10.35609/jfbr.2022.6.4(2))
- Rosa, I., & Listiadi, A. (2020). dan kontrol diri terhadap manajemen keuangan pribadi Effects of financial literacy , financial education on family , peers , and self control on personal financial management. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 244–252.
- Sari, N. R., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendidikan Keuangan di Keluarga, Uang Saku terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan dengan Financial Self-Efficacy sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 58–70. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p58-70>
- Sianipar, H., Gultom, B., & Simamora, B. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2, 458–463. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v2i02.1729>
- Sudrajat, A., & Setiyawan, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 35–40. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v2i2.1435>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Swiecka Swiecka, B., Grzesiuk, A., Korczak, D., & Wyszowska-Kaniewska, O. (2019). Financial Literacy and Financial Education. Theory and Survey. In *Financial Literacy and Financial Education*. <https://doi.org/10.1515/9783110636956>
- Wagner, J. (2015). *An analysis of the effects of financial education on financial literacy and financial behaviors*.
- Wakil, A., Cahyani, R. R., Harto, B., Latif, A. S., Hidayatullah, D., Simanjuntak, P., . . . Sihombing, F. A. (2022). *Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis*. Padang, Sumatera Barat: Global Eksekutif Teknologi.
- Widiyawati, Y., Ningsih, C., Lestari, F., & Pramita, G. (2022). Analisis Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja Dimasa Pandemi Covid-19. *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, 3, 25. <https://doi.org/10.33365/jice.v3i02.2151>.
- Wijaya, A., Jamaludin, Khudori, A. N., Tarecha, R. I., Fauziah, Grace, E., . . . Harto, B. (2022). *The Art of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Bandung: Media Sains Indonesia.