Vol. 14 No. 2 (2025): Jurnal Akuntansi

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

PERAN LITERASI KEUANGAN DIGITAL, *SELF-CONTROL, LOVE OF MONEY* DALAM PENINGKATAN PERILAKU KEUANGAN DIGITAL BEBRBASIS *GENDER* PADA *ONLINE SHOP*

Penulis	**Anisa*, Lela Nurlaela Wati**
Institusi	Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta
Email Korespondensi	anisa14013@gmail.com

Riwayat Naskah

Diterima 13 April 2025

Revisi 1 Juni 2025

Rilis 25 Oktober 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, self-control, love of money terhadap prilaku keuangan digital berbasis gender. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pjendekatan desain kausalitas, di mana bertujuan untuk membuktikan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sampel penelitian sebanyak 200 responden di DKI Jakarta, analisis data menggunakan structural equation model (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Keuangan Digital pelaku pengguna *online shop*. Bukti empiris ini menunjukan bahwa pemahaman dan penerapan Literasi Keuangan Digital seperti pengetahuan umum tentang keuangan, tabungan, asuransi dan investasi berperan penting dalam membentuk Perilaku Keuangan Digital yang lebih baik di kalangan pengguna *online shop*. Sementara, self control dan love of money tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan digital. Hasil penelitian tidak menunjukkan adanyanya perbedaan antara lali-laki dan perempuan di semua variabel. Hasil menunjukkan bagwa tidak terdapat bukti empiris terkait kesenjangan gender (gender gap) pada Literasi Keuangan Digital, *Self-Control*, *Love of Money* maupun Perilaku Keuangan Digital. Penelitian menyarankan OJK bekerjasam dengan instansi terkait untuk meningkatkan literasi keuangan khususnya terkait digitalisasi, karena terbukti mampu meningkatkan pengelolaan keuangan digital.

Kata Kunci ***Perilaku keuangan, self control, love of money, gender***

DOI

10.37932/ja.v14i2.885

Abstract

This study aims to analyze the influence of financial literacy, self-control, and love of money on gender-based digital financial behavior. The research method used a quantitative method with a causality design approach, which aims to prove the influence between the independent variable and the dependent variable. The research sample was 200 respondents in DKI Jakarta, data analysis using structural equation modeling (SEM). The results of the study indicate

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

that digital financial literacy has a positive and significant effect on the Digital Financial Behavior of online shop users. This empirical evidence indicates that the understanding and application of Digital Financial Literacy such as general knowledge about finance, savings, insurance, and investment plays an important role in shaping better Digital Financial Behavior among online shop users. Meanwhile, self-control and love of money do not have a significant effect on digital financial behavior. The results of the study did not show any differences between men and women in all variables. The results show that there is no empirical evidence related to the gender gap in Digital Financial Literacy, Self-Control, Love of Money, or Digital Financial Behavior. The study recommends that the Financial Services Authority (OJK) collaborate with relevant agencies to improve financial literacy, especially related to digitalization, because it has been proven to improve digital financial management.

Keywords ***Financial behavior, self-control, love of money, gender***

I. PENDAHULUAN

Perilaku keuangan muncul dari sebuah sikap positif seseorang terhadap pengelolaan keuangan mereka yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dalam kondisi keuangan. Perilaku keuangan yang baik tidak akan tercipta jika individu tersebut tidak memiliki pengetahuan atau pemahaman akan keuangan yang sehat, di mana nantinya dapat mengarahkan masyarakat pada keputusan keuangan yang berguna di masa depan (Puspita & Isnalita, 2019). lOtoritas Jasa Keuangan (2022) mengungkapkan bahwa kondisi keuangan generasi di Indonesia jika tidak segera diperbaiki akan menjadi beban keuangan bagi masyarakat dan mengemukakan solusi keuangan yang sehat antara lain menyesuaikan pengeluaran dengan pendapatan serta lebih sadar dalam melakukan pengeluaran anggaran dengan menentukan tujuan keuangan, tidak membeli sesuatu hanya karena keinginan sesaat tanpa manfaat jangka panjang atau melakukan pembelian secara impulsif dan memastikan tujuan keuangan yang praktis dan jangka panjang untuk menghindari pengeluaran tambahan.

Belanja online masih populer di kalangan masyarakat Indonesia walaupun di tengah perekonomian yang tidak stabil. Hal tersebut dibuktikan dengan tingkat pertumbuhan transaksi e-commerce selama Oktober 2023 mencapai angka 42,2 triliun di mana nominal tersebut naik hingga 10,69% dari bulan September 2023. Terdapat beberapa aspek pendorong yang membuat masyarakat Indonesia memutuskan untuk melakukan transaksi belanja online salah satunya adalah promosi (CNBC Indonesia, 2023). Dalam laporan We Are Social (2024) setiap minggunya ada sekitar 56,1% yang menggunakan internet secara global yang digunakan untuk melakukan belanja

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

online. Thailand menjadi negara yang memanfaatkan internet paling kerap untuk belanja online sehingga menduduki peringkat pertama dari sepuluh besar dengan presentase 66,9% kemudian diikuti oleh Korea Selatan, Turki, Unit Emirat Arab, Meksiko, Malaysia, China dan Inggris. Sedangkan India bersama Indonesia berada di urutan terakhir dengan presentase yang sama, hanya sebesar 59,3% dari jumlah penduduk.

Pengguna internet di Indonesia menurut hasil laporan We Are Social (2024) bahwa per Januari 2014-2024, presentase mencapai 66,5% setara dengan 185 juta individu telah menggunakan internet dari total populasi nasional (Gambar 1.2). Hasil tersebut dibandingkan dengan presentase online shopping di Indonesia dalam laporan We Are Social (2024) mengenai peringkat negara yang paling sering memanfaatkan internet dalam melakukan belanja online masih dapat dibilang rendah dengan presentase Indonesia yang hanya mencapai 59,3% setara dengan 164 juta penduduk Indonesia yang baru melakukan belanja online (Gambar 1.1). Dapat disimpulkan bahwa belanja online di Indonesia belum dilakukan secara menyeluruh, masih banyak masyarakat yang belum menggunakan layanan belanja online.

Di antara kegiatan melakukan belanja online antara laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan dalam presentase melakukannya (Gambar 1.3). Pada riset yang dilakukan oleh I-Price periode 2019-2021 menunjukkan bahwa minat belanja online perempuan mulai meningkat semenjak pandemi dengan presentase pada tahun 2019 sebesar 46% menjadi, kemudian mengalami peningkatan di tahun 2020 51% dan di tahun 2021 presentase minat belanja online perempuan telah mencapai angka 53%. Presentase di tahun tersebut lebih tinggi jika dibandingkan dengan laki-laki sebab minat belanja online laki-laki ditemukan mengalami penurunan di setiap tahunnya. Menurut riset yang dilakukan oleh I-Price di tahun 2019 minat online shopping laki-laki memang ditemukan lebih tinggi jika dibandingkan dengan perempuan yaitu sebesar 54%. Namun, presentase tersebut terus mengalami penurunan di tahun 2020 menjadi 49% dan pada tahun 2021 turun kembali menjadi 47% (iprice.co.id).

Mengutip pendapat yang dikemukakan oleh Asandimitra & Kautsar (2019) “The higher the level of financial literacy demonstrates the breadth of insight into one's finances it would better financial management behavior” yang di mana sejalan dengan penelitian yang dilakukan Iriani et al., (2021) dan Song et al., (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signfikan terhadap perilaku keuangan yang artinya jika literasi keuangan seseorang baik makan mereka

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

dapat melakukan perilaku keuangan yang baik dan hasil penelitian dari Widyastuti et al., (2020) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara literasi keuangan dan perilaku keuangan, di mana semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka tingkat perilaku keuangan juga ikut mengalami peningkatan. Namun terdapat perbedaan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwidianti & Tubastuvi (2019) dan Muntahanah et al., (2021) bahwa literasi keuangan tidak mempengaruhi perilaku keuangan, serta hasil yang didapatkan pada penelitian (Sekarwati & Susanti, 2020) di mana literasi keuangan berhubungan negatif atau tidak searah terhadap perilaku keuangan.

Menurut (Cahyani & Rochmawati, 2021) terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi perilaku keuangan seseorang, salah satunya adalah pengendalian diri atau self-control yang merupakan sikap seseorang dalam mengendalikan diri terhadap suatu dorongan tertentu dengan mengubah pola pikir dan pengambilan keputusan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hashmi et al., 2021) mengungkapkan bahwa pengendalian diri atau self-control berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Dengan demikian, jika tingkat pengendalian diri seseorang baik, maka perilaku keuangan mereka baik pula dan sebaliknya. Penelitian (Zulfialdi & Sulhan, 2023) menghasilkan self-control memiliki hubungan positif dengan perilaku keuangan yang mengartikan bahwa variabel self-control dan perilaku keuangan memiliki pergerakan yang searah, jika tingkat self-control tinggi maka perilaku keuangan akan meningkat. Namun hasil yang bertolak belakang terdapat pada penelitian yang dilakukan (Suprianto et al., 2023) bahwa self-control tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan, di mana jika seseorang memiliki pengendalian diri yang baik belum tentu perilaku keuangannya baik dan dalam hasil penelitian (Zulfaris et al., 2020) self-control memiliki hubungan negatif dengan perilaku keuangan yang artinya perubahan yang terjadi pada tingkat self-control tidak searah dengan perilaku keuangan, di mana jika self-control meningkat maka perilaku keuangan menurun.

Love of Money juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan seseorang Yerianto & Mustaqim (2024). Telah dilakukan penelitian oleh peneliti terdahulu mengenai pengaruh love of money terhadap perilaku keuangan dengan hasil yang berbeda sehingga menimbulkan gap research. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ulumudiniati & Asandimitra, 2022) mengemukakan bahwa love of money berpengaruh dan positif terhadap perilaku keuangan yang artinya seseorang memandang uang sebagai sesuatu yang penting, jika

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

memiliki uang banyak dianggap sebagai sesuatu yang bagus, maka semakin tinggi love of money seseorang perilaku keuangan mereka juga meningkat. Penelitian tersebut sejalan dengan yang dilakukan oleh (Sholehah & Ishak, 2022) bahwa love of money memiliki pengaruh positif terhadap perilaku keuangan walaupun tidak signifikan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rudy et al., (2020) dan (Aini & Rahayu, 2022) memiliki hasil yang bertolakbelakang di mana love of money tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan seseorang yang artinya jika seseorang tidak dipengaruhi oleh love of money perilaku keuangannya akan tetap baik.

Frekuensi belanja online di kalangan masyarakat Indonesia meningkat di mana menciptakan keresahan akan efek negatif terutama pada perilaku keuangan yang tidak sehat yaitu menjadi konsumtif dan impulsif disebabkan oleh kurangnya kontrol diri yang dipicu oleh beberapa faktor salah satunya promosi. Untuk mendapatkan uang secara cepat dengan bagaimana caranya tingkat kecintaan sesseorang terhadap uang membuat mereka melakukan tindakan tanpa pikir panjang dalam melakukan peminjaman online sehingga terjadi peningkatan pada P2P lending di Indonesia yang membawa individu tersebut kepada perilaku keuangan tidak sehat, di mana hal tersebut bertentangan dengan yang dikemukakan oleh (Wulandari & Hakim (2015) dalam Oviyani, 2022) bahwa kecintaan seseorang terhadap uang membuat perilaku keuangan lebih baik karena uang sebagai sumber dari kesukseksan. Sementara itu terdapat perbedaan tingkatan frekuensi belanja online dan literasi keuangan di antara laki-laki dan perempuan yang menarik perhatian, di mana frekuensi belanja online yang dilakukan perempuan lebih tinggi atau sering namun literasi keuangan mereka cenderung tinggi. Sedangkan frekuensi belanja online yang dilakukan laki-laki lebih jarang dengan tingkat literasi keuangan mereka yang juga lebih rendah. Hal tersebut bertentangan dengan pendapat bahwa literasi keuangan yang baik menghasilkan perilaku keuangan yang lebih baik dalam mengelola dan mengambil keputusan sehingga terhindar dari perilaku keuangan yang tidak sehat (Asandimitra & Kautsar, 2019). Demikian penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh dari literasi keuangan digital dan self-control (pengendalian diri) terhadap perilaku keuangan digital berbasis gender dalam konteks belanja online.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, self-control, love of money terhadap prilaku keuangan digital berbasis gender. Banyak peneliti yang telah melakukan penelitian pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

keuangan seperti (Iriani et al., 2021; Muntahanah et al., 2021; Purwidianti & Tubastuvi, 2019; Sekarwati & Susanti, 2020; Song et al., 2023; Widyastuti et al., 2020) dengan hasil yang berbeda-beda. Penelitian terhadap pengaruh self-control atau pengendalian diri pada perilaku keuangan yang dilakukan oleh (Hashmi et al., 2021; Suprianto et al., 2023; Zulfaris et al., 2020; Zulfialdi & Sulhan, 2023). Dilakukan juga penelitian pengaruh gender terhadap perilaku keuangan yang telah dilakukan oleh (Aini & Rahayu, 2022; N. Sari, 2021). Demikian juga penelitian dari pengaruh Love of Money terhadap Perilaku Keuangan yang dilakukan oleh (Aini & Rahayu, 2022; Rudy et al., 2020; Sholehah & Ishak, 2022; Ulumudiniati & Asandimitra, 2022). Namun belum ada peneliti yang menguji pengaruh literasi keuangan digital, self-control dan love of money terhadap perilaku keuangan digital berbasis gender.

II. KAJIAN PUSTAKA

Teori yang digunakan untuk melandasi variabel dalam penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) yang diusulkan oleh Ajzen (1985). Theory of Planned Behavior memiliki tiga faktor yaitu Sikap berperilaku (Attitude toward the behavior), Norma subyektif (Subjective norm), dan Persepsi Kontrol Perilaku (Perceived Behavioral Control) Teori TPB digunakan untuk mendasari penelitian, di mana suatu perilaku mempunyai faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam penelitian ini menggunakan variabel-variabel seperti gender, literasi keuangan digital dan love of mone yang didasari oleh Sikap Berperilaku (Attitude toward the behavior) di mana suatu perilaku yang dilakukan individu diawali oleh keyakinan akan sesuatu sebelum memutuskan untuk melakukan suatu perilaku. Variabel self-control yang didasari oleh Persepsi Kontrol Perilaku (Perceived Behavioral Control) di mana suatu perilaku yang dilakukan individu didorong oleh pendukung lain, biasanya berasal dari kejadian atau pengalaman masa lalu.

Perilaku Keuangan Digital

Menurut Kholilah & Iramani (2013) Financial behavior atau perilaku keuangan didefinisikan sebagai kemampuan dalam mengelola keuangan yang di dalamnya mencakup perencanaan, membuat anggaran, memeriksa pengeluaran, mengendalikan keuangan, pencarian dan menyimpan uang untuk sehari-hari. Adanya perilaku keuangan disebabkan oleh tingginya keinginan seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari yang disesuaikan oleh pendapatan.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Menurut Harefa dan Kennedy dalam Kristianti & Tulenan (2021) mendefinisikan keuangan digital sebagai perilaku atau tindakan seseorang untuk memaksimalkan fungsi dari teknologi dalam sektor layanan keuangan. Teknologi informasi menjadi sebuah kebutuhan dan bagian dalam kegiatan sehari-hari masyarakat serta berdampak signifikan salah satunya di sektor keuangan yang di mana digunakan untuk mengakses layanan dan produk keuangan dengan mudah lewat gadget maupun situs. Inovasi ini disebut sebagai keuangan digital (Wiyono & Kirana, 2020).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan, menurut Ahmad et al., (2019) faktor-faktor tersebut di antara lain Literasi Keuangan (Financial Literacy), Sikap Keuangan (Financial Attitude), Efikasi Diri (Financial Self-Efficacy). Terdapat faktor lain yang berperan dalam mempengaruhi perilaku keuangan selain yang telah dikemukakan di atas yaitu latar belakang seseorang yang meliputi gender, usia, pengetahuan dan pengalaman dan ditemukan bahwa gender merupakan faktor paling berpengaruh (Laily, 2016).

Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pikir

Dalam Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen (1985) literasi keuangan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang yang dijelaskan dalam faktor attitude toward the behavior di mana individu berperilaku akan sesuatu didasari oleh pemahaman yang dimiliki. Literasi keuangan yang merupakan pemahaman individu terhadap mengelola keuangan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan. Semakin luas dan tinggi literasi keuangan seseorang maka semakin baik perilaku keuangan mereka (Asandimitra & Kautsar, 2019).

Pentingnya literasi keuangan sehingga dijadikan fokus dalam kajian perilaku keuangan dikarenakan mampu dalam mengungkapkan cara seseorang mengelola keuangan mereka. Literasi keungan memungkinkan seseorang untuk mendapatkan kesempatan dalam memutuskan pilihan keuangan yang tepat dan sesuai dengan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang serta perilaku yang tepat terkait dengan keuangan (Mutlu & Özer, 2022).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Iriani et al., (2021) yang menghasilkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi perilaku keuangan di mana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin baik perilaku keuangan individu tersebut dan jika tingkat literasi keuangan terbilang rendah maka pengelolaan keuangan mereka cenderung menyimpang dan

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

kemungkinan menghadapi tantangan keuangan di masa yang akan datang. Hasil yang sama juga didapatkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Song et al., (2023). Terdapat hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan, maka dapat disimpulkan hipotesis yang akan digunakan sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan Digital Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Keuangan Digital

Self-control juga dijelaskan sebagai salah satu pengaruh seseorang berperilaku dalam Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen (1985) di mana self-control didasari oleh faktor perceived behavioral control atau persepsi kontrol perilaku. Self-control atau kontrol diri merupakan kemampuan seseorang dalam membatasi pembelanjaan yang bersifat impulsif karena dapat berdampak terhadap perilaku keuangan karena kontrol diri termasuk salah satu kunci utama dari perilaku keuangan, di mana seseorang yang dapat mengontrol pengeluaran keuangan cenderung mempunyai perilaku keuangan yang sehat (Mawad et al., 2022). Jika seseorang ingin mempunyai perilaku keuangan yang baik maka dibutuhkan kontrol diri karena self-control mengatur pikiran, emosi tekanan yang dihadapi dan perilaku individu dalam memutuskan keuangan mereka (Zulfialdi & Sulhan, 2023).

Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Hashmi et al., (2021) bahwa self-control berpengaruh terhadap perilaku keuangan, maka jika seseorang mempunyai kontrol diri yang baik demikian perilaku keuangan mereka juga sehat dan tidak menyimpang begitupun sebaliknya. Hasil penelitian tersebut sejala dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zulfialdi & Sulhan (2023) bahwa self-control berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Maka terbentuklah hipotesis sebagai berikut:

H2: Self-Control Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Keuangan Digital

Dikemukakan oleh peneliti terdahulu bahwa love of money menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan seseorang. Love of money didefinisikan sebagai sifat yang dimiliki oleh masing-masing individu di mana sifat itu membentuk sebuah motivasi untuk mendapatkan uang dan kekayaan (Yerianto & Mustaqim, 2024). Menurut Tang (2008) dalam Simange et al., (2022) mengemukakan bahwa love of money merupakan bagaimana seseorang berperilaku terhadap keuangan mereka. Dijelaskan juga dalam Theory of Planned Behavior oleh Ajzen (1985) bahwa love of money merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi terbentuknya

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

perilaku seseorang didasarkan oleh faktor attitude toward the behavior yang di mana perilaku seseorang dilandasi oleh keyakikan akan sesuatu.

Mereka yang memiliki love of money biasanya menjadikan uang atau kekayaan sebagai lambang dan patokan kesuksesan diri Wulandari (2015) dalam (Oviyani, 2022). Jika memiliki tingkat love of money yang tinggi maka seseorang akan berperilaku hati-hati terhadap keuangan mereka dengan menghindari pengeluaran yang tidak penting (Simange et al., 2022). Hal tersebut membuat seseorang mengambil keputusan berperilaku dengan baik agar mencapai tujuan keuangan yang sehat (Efrianti et al., 2023). Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ulumudiniati & Asandimitra (2022) menghasilkan pengaruh dari love of money berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan, sehingga terbentuk hipotesis sebagai berikut:

H3: Love of Money Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Keuangann] Digital.

Faktor yang berpengaruh terhadap perilaku keuangan salah satunya adalah literasi keuangan yang merupakan pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan. Jika seseorang telah memiliki pemahaman terhadap keuangan maka akan berpengaruh terhadap bagaimana cara mereka berperilaku atas sumber dana (Asandimitra & Kautsar, 2019). Hasil survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan di tahun 2022 menghasilkan perbedaan tingkat literasi keuangan antara laki-laki dan perempuan yang dimana perempuan memiliki tingkat literasi keuangan dibandingkan laki-laki. Artinya, antara laki-laki dan perempuan, terdapat peran dan tanggung jawab masing-masing yang berbeda dan peran tersebut mempengaruhi pemahaman keuangan terhadap mengelola dan pengambilan keputusan keuangan (N. Sari, 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan dengan menambahkan variabel moderasi yaitu gender. Sehingga terbentuk hipotesis sebagai berikut:

H4: Gender Memoderasi Hubungan antara Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan.

Kontrol diri dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menyesuaikan diri mereka terhadap suatu keadaan melalui respon. Kemampuan ini memudahkan seseorang untuk menghindari perilaku keuangan yang kurang tepat dan membangun cara berpikir yang adaptif (Hashmi et al., 2021). Kontrol diri bertindak dalam mengatur cara berpikir individu dalam menghadapi pengambilan keputusan terhadap perilaku keuangan (Zulfialdi & Sulhan, 2023).

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Perempuan memiliki tingkat self-control lebih baik dibandingkan dengan laki-laki, dimana individu yang mempunyai tingkat kontrol diri rendah dapat lebih mudah bertemu dengan masalah di dalam kehidupan sehar-harinya yang berakibat merugikan individu itu sendiri (Coyne et al., 2015). Perempuan memiliki ketergantungan lebih besar pada hubungan interpersonal dan lingkungan sosial membuat mereka membuat mereka bersedia menyesuaikan perilaku mereka terhadap lingkungan masyarakan sehingga membuat perempuan terus memperkuat self-control mereka, sedangkan laki-laki lebih fokus terhadap diri mereka sendiri dan cenderung mengandalkan aturan yang ditetapkan sendiri serta tidak mudah terpengaruh oleh penilaian orang lain yang membuat mereka merasa tidak harus memperkuat kontrol diri sehingga semakin lama self-control mereka menjadi rendah (Liu et al., 2022). Tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan berbeda membuat gender mempengaruhi cara seseorang berpikir dalam mengambil keputusan hidup mereka salah satunya keuangan yang merujuk pada bagaimana mereka memperlakukan uang mereka dalam kehidupan sehari-hari. Mayoritas hal tersebut membuat mereka terkadang bertindak atas keinginan diri sendiri (N. Sari, 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hubungan antara self-control dan perilaku keuangan dengan menambahkan variabel moderasi yaitu gender. Sehingga terbentuk hipotesis sebagai berikut:

H5: Gender Memoderasi Hubungan antara Self-Control dan Perilaku Keuangan Digital.

Kecintaan seseorang terhadap uang atau disebut sebagai love of money dijelaskan oleh Yerianto & Mustaqim (2024) sebagai karakteristik yang dimiliki oleh setiap individu yang di mana sifat tersebut cenderung membangun motivasi untuk menghasilkan kekayaan dari uang. Menurut (Simange et al., 2022) individu yang memiliki tingkat love of money tinggi maka mereka cenderung berperilaku hati-hati dalam mengambil keputusan keuangan mereka, dengan meminimalisir pengeluaran yang tidak terlalu diperlukan. Tingkat love of money yang tinggi tersebut mendorong untuk memutuskan berperilaku sehat pada keuangan dengan tujuan mencapai keuangan yang diinginkan (Efrianti et al., 2023). Dikemukakan oleh (Sesini et al., 2023) bahwa gender merupakan pembedaan sifat bawaan yang dimiliki oleh laki-laki dan perempuan di mana dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Ditemukan bahwa antara perempuan dan laki-laki memiliki tingkat love of money yang sama, namun terdapat perbedaan pandangan terhadap uang di antara perempuan dan laki-laki yaitu di saat laki-laki melihat uang sebagai lambang dari

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

kesukseksan dengan keyakinan bahwa dengan uang dapat memproleh kekuasaan, sedangkan Wanita melihat uang sebagai cumber kecemasan tetapi juga sebagai sarana untuk kesejahteraan diri yang di mana mendorong perasaan untuk menghindari diri dari kecemasan dengan mengkapkan kasih saying dan cita ke diri sendiri dengan menggunakan uang mereka. Perbedaan di antara laki-laki dan perempuan dijelaskan oleh Sri Sundari Sasongko di mana laki-laki memiliki karakteristik yang lebih bersemangat atau agresif akan sesuatu dengan tanggung jawab sebagai pencari penghasilan utama, sedangkan perempuan cenderung mengandalkan perasaan mereka dengan tanggung jawab sebagai pencari nafkah tambahan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hubungan antara love of money dan perilaku keuangan dengan menambahkan variabel moderasi yaitu gender. Sehingga terbentuk hipotesis sebagai berikut:

H6: Gender Memoderasi Hubungan antara Love of Money dan Perilaku Keuangan Digital.

Berdasarkan latar belakang penelitian dan kajian pustaka maka penelitian ini menganalisi pengaruh perilaku keuangan dengan 3 (tiga) variabel independen yaitu literasi keuangan digital, self-control dan love of money serta 1 (satu) variabel moderasi yaitu gender terhadap 1 (satu) variabel dependen yaitu perilaku keuangan digital.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan Pendekatan desain kausalitas, di mana bertujuan untuk membuktikan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah masyarakat penelitian pelaku belanja online di wilayah DKI Jakarta yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel yang digunakan di dalam penelitian menggunakan analisis *Structural Equation Model (SEM)*. Untuk penelitian yang menggunakan SEM, menurut Hair et al dalam (Wati, 2021) jumlah sampel dihitung menggunakan rumus jumlah indikator penelitian dikalikan dengan 5-10 karena total populasi tidak diketahui. Jumlah indikator di dalam penelitian ini adalah 13 maka besar sampel yang dibutuhkan 20 (indikator penelitian) x 10 = 200 responden dengan saran yang diberikan bahwa minimum responden dalam analisis SEM adalah 100 maka jumlah sampel ditetapkan menjadi 200 responden pelaku belanja *online* di wilayah DKI Jakarta.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan pengukuran skor menggunakan perhitungan skala likert yaitu skala yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat dan pandangan seseorang, dengan skala 1-6. SS (Sangat Setuju),…….dst

Variabel penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel dependen yaitu perilaku keuangan digital, variabel independen yaitu literasi keuangan digital, self control, dan love of money, variabel moderasi yaitu gender. Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian:

Tabel 1. Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator	Sumber
Perilaku Keuangan Digital (Y) *Dependent Variable*	1. Membayar tagihan tepat waktu 2. Membuat anggaran pengeluaran dan belanja 3. Mencatat pengeluaran 4. Menyediakan dana untuk pengeluaran tidak terduga 5. Menabung secara rutin 6. Membandingkan harga toko sebelum memutuskan melakukan pembelian	Nababan dan Sadalila dalam Sari (2015)
Literasi Keuangan Digital (X) *Independen Variable*	1. Pengetahuan umum tentang keuangan digital 2. Tabungan 3. Asuransi 4. Investasi	Wagland dan Taylor dalam Yushita (2017)
***Self-Control* (X)**	1. Kemampuan mengontrol perilaku 2. Kemampuan mengontrol stimulus	Averil dalam Thalib (2013)

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Independen Variable	3. Kemampuan memprediksi suatu peristiwa atau kejadian 4. Kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian 5. Kemampuan mengambil keputusan.	
Love of Money (X) ***Independen Variable***	1. *Rich* (kekayaan) 2. *Motivator* (motivasi) 3. *Important* (kepentingan)	(Tang & Chen, 2008)
Gender* (M)** ***Moderating Variable	Variabel Dummy 1. Dummy (0) Laki-laki 2. Dummy (1) untuk Peremuan	(Andraeni & Wardhani, 2023)

Analisis Data

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan t-hitung dan prosedur *bootsraping*. Uji ini juga menggunakan analisis linear berganda untuk melihat pengaruh literasi keuangan digital, *self-control* dan *love of money* terhadap perilaku keuangan digital. Persamaan matematis analisis linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\boldsymbol{FB = \beta 1l + \beta 2C + \beta 3LM + \beta 4L * G + \beta 5C * G + \beta 6LM * G + \varepsilon \ldots (Model\ penelitian)}$$

Di mana:

FB = Perilaku Keuangan Digital

L = Literasi Keuangan Digital

C = *Self-Control*

LM = *Love of Money*

G = *Gender*

β = *Koefisien regresi*

ε = *error*

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara online sebagai pengisian instrument untuk mengukur variabel Literasi Keuangan Digital, *Self-Control*, *Love of Money*, *Gender* dan Perilaku Keuangan Digital. Objek dari penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Jakarta pelaku pengguna online shop untuk melakukan transaksi pembelian. Jumlah kuesioner yang disebar kepada responden sejauh ini sebanyak 70 responden, dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Responden Penelitian

No	Kota	Jumlah Kuesioner	
		Disebar	Kembali/Terisi
1	Jakarta Pusat	17	17
2	Jakarta Utara	6	6
3	Jakarta Barat	21	21
4	Jakarta Selatan	19	19
5	Jakarta Timur	7	7
Jumlah		70	70

Sunber: Data diolah, 2024.

Statistik Deskripsi merupakan pendeskripsian data berdasarkan variabel penelitian yang meliputi nilai maksimum, nilai minimu, rata-rata (mean) dan standar deviasi. Dalam penelitian ini terdiri dari variabel independent yaitu Literasi Keuangan Digital, *Self-Control* dan *Love of Money*. Variabel dependen yaitu Perilaku Keuangan Digital dan variabel moderasi yaitu *Gender*.

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif Data Hasil Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
Literasi Keuangan Digital *(DFL)*	70	28	45	37.46	4.299
Self-Control (SC)	70	20	48	38.76	5.315
Love of Money (LoM)	70	27	36	31.60	2.355
Perilaku Keuangan Digital *(DFB)*	70	32	52	44.21	4.182

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Sumber: Data diolah, 2024.

Berdasarkan tabel di atas yang di mana menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan memiliki skor terendah 28 dan skor tertinggi 45 dengan skor rata-rata (*mean*) 37,46 dan standar deviasi 4,299. Skor tersebut menjelaskan bahwa Literasi Keuangan Digital yang dimiliki oleh para pelaku pengguna online shop sudah berada di atas skor rata-rata ideal dengan presentase rata-rata 83,24% dari total skor maksimal butir instrument. Artinya bahwa pelaku pengguna online shop mempunyai Literasi Keuangan Digital ke dalam kategori tinggi.

Variabel *Self-Control* memperoleh skor tertinggi 48 sedangkan skor terendahnya 20 dengan nilai rata-rata (mean) 38,76 dan standar deviasi 5,315. Skor tersebut menjelaskan bahwa self-control yang dimiliki para pengguna online shop sudah berada di atas skor rata-rata ideal dengan presentase 80,75% yang di mana dapat disimpulkan bahwa *Self-Control* yang dimiliki oleh para pengguna online shop masuk dalam kategori tinggi.

Variabel *Love of Money* memperoleh skor tertinggi 36 sedangkan skor terendahnya 27 dengan nilai rata-rata (*mean*) 31,60 dan standar deviasi 2,355. Skor tersebut menjelaskan bahwa *Love of Money* yang dimiliki para pengguna *online shop* sudah berada di atas skor rata-rata ideal dengan presentase 87,77% yang di mana dapat disimpulkan bahwa *Love of Money* yang dimiliki oleh para pengguna *online shop* masuk dalam kategori tinggi.

Variabel Perilaku Keuangan Digital memperoleh skor tertinggi 52 sedangkan skor terendahnya 32 dengan nilai rata-rata (*mean*) 44,21 dan standar deviasi 4,182. Skor tersebut menjelaskan bahwa Perilaku Keuangan Digital yang dimiliki para pengguna *online shop* sudah berada di atas skor rata-rata ideal dengan presentase 85% yang di mana dapat disimpulkan bahwa Perilaku Keuangan Digital yang dimiliki oleh para pengguna *online shop* masuk dalam kategori tinggi.

Tabel 4.4
Statistik Deskriptif Berdasarkan Gender

Variabel	Gender	N	Mean	Standar Deviasi
Literasi Keuangan Digital (*DFL)*	Laki-laki	28	38.04	4.264
	Perempuan	42	37.07	4.330
Self-Control (SC)	Laki-laki	28	40.25	5.118
	Perempuan	42	37.76	5.268

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Love of Money (LoM)	Laki-laki	28	31.79	2.166
	Perempuan	42	31.48	2.491
Perilaku Keuangan Digital *(DFB)*	Laki-laki	28	43.68	4.884
	Perempuan	42	44.57	4.789

Sumber: Data diolah, 2024.

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa Literasi Keuangan Digital yang diperoleh laki-laki dengan N 28 memiliki nilai Mean 38,05 dan Standar Deviasi 4,264. Sedangkan perempuan dengan N 42 memiliki mean 37,07 dengan standar deviasi 4,330. Artinya bahwa laki-laki mempunyai rata-rata penilaian lebih tinggi dibandingkan rata-rata milik perempuan terhadap Literasi Keuangan Digital dengan variasi yang lebih kecil.

Pada Tabel 4.4 juga menjelaskan variabel *Self-Control* yang diperoleh laki-laki dengan N 28 memiliki nilai Mean 40,25 dan Standar Deviasi 5,118. Sedangkan perempuan dengan N 42 memiliki Mean 37,76 dengan Standar Deviasi 5,268. Artinya bahwa laki-laki mempunyai rata-rata penilaian lebih tinggi dibandingkan rata-rata milik perempuan terhadap *Self-Control* dengan variasi yang lebih kecil.

Variabel *Love of Money* yang diperoleh laki-laki dengan N 28 memiliki nilai Mean 31,79 dan Standar Deviasi 2,116. Sedangkan perempuan dengan N 42 memiliki mean 31,48 dengan Standar Deviasi 2,491. Artinya bahwa laki-laki mempunyai rata-rata penilaian lebih tinggi dibandingkan rata-rata milik perempuan terhadap *Love of Money* dengan variasi yang lebih kecil.

Variabel Perilaku Keuangan Digital yang diperoleh perempuan dengan N 42 memiliki nilai Mean 44,57 dan Standar Deviasi 4,789. Sedangkan Laki-laki dengan N 28 memiliki mean 43,68 dengan Standar Deviasi 4,884. Artinya bahwa perempuan mempunyai rata-rata penilaian lebih tinggi dibandingkan rata-rata milik laki-laki terhadap Perilaku Keuangan Digital dengan variasi yang lebih besar.

Secara keseluruhan kesimpulan dari jawaban antara laki-laki dan perempuan menunjukkan bahwa laki-laki memberikan penilaian lebih tinggi terhadap variabel Literasi Keuangan Digital, *Self-Control* dan *Love of Money* dibandingkan dengan perempuan. Standar deviasi atau variasi penilaian yang dimiliki laki-laki juga cenderung lebih rendah jika dibandingkan dengan perempuan yang mengartikan bahwa laki-laki memiliki pandangan yang konsisten. Namun variabel Perilaku Keuangan Digital menunjukkan bahwa perempuan memberikan penilaian lebih

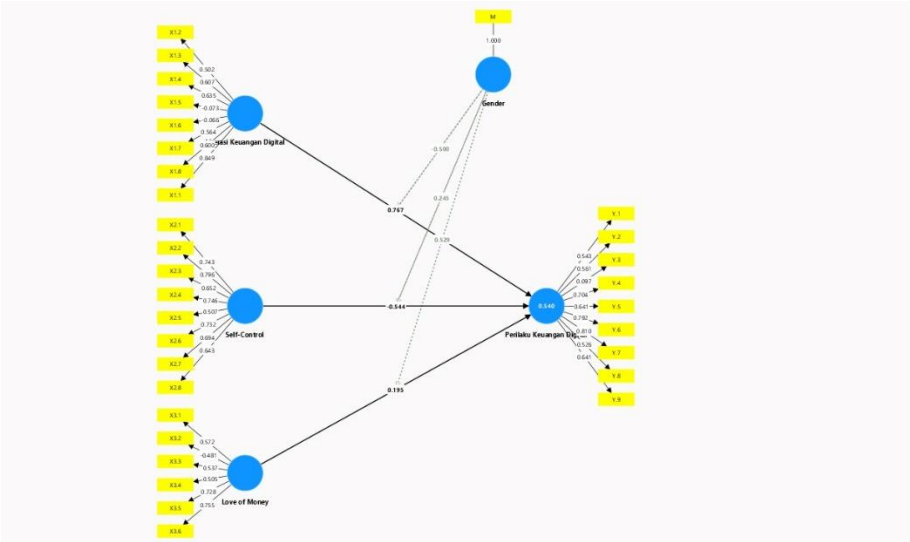
Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

tinggi dibandingkan laki-laki dengan standar deviasi yang lebih kecil di mana mengidikasikan bahwa perempuan mempunyai pandangan yang konsisten terhadap Perilaku Keuangan Digital mereka.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam SEM PLS untuk melakukan pengujian validitas adalah dengan menghitung Convergent Validity atau Loading Factor, Discriminant Validty dan Tingkat Signifikansi pada variabel laten dari model penelitian dengan reflektif dari hasil hubungan indikator dengan construct. Pengujian validitas dilakukan dengan menginput semua data responden hasil kuesioner. Berikut adalah tampilan hasil output SmartPLS:



Gambar 4.1 Outer Model Struktural

Sumber: Data diolah, 2024.

Berdasarkan nilai outer loadings di atas, jika masih ada nilai yang berada di bawah 0,5 maka harus di-drop. Berdasarkan nilai *loading factor* di atas, masih ada *loading factor* yang nilainya berada di bawah 0,5 karena memiliki nilai *convergent validity* yang rendah maka indikator yang mempunyai *loading factor* di bawah 0,5 tersebut harus di-drop. Berdasarkan tabel di atas, pada konstruk Literasi Keuangan Digital terdapat dua indikator yang memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,5 yaitu X1.5 dan X1.6, kemudian di konstruk *Love of Money* indikator yang memiliki nilai *loading factor* rendah adalah X3.2 dan di konstruk Perilaku Keuangan Digital berada di Y.3 sehingga indikat-indikator dalam konstruk tersebut harus di-drop.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Setelah dilakukan drop terhadap indikator-indikator yang mempunyai nilai *loading factor* rendah ternyata masih terdapat konstruk yang indikatornya memiliki nilai *loading factor* rendah atau di bawah 0,5, maka harus di-drop. Berikut mendeskripsikan nilai *outer loadings* untuk masing-masing indikator:

Tabel 4.6. Outer Loadings (Literasi Keuangan Digital, Self-Control, Love of Money, Gender, Perilaku Keuangan Digital)

Variabel	Indikator	Loading	Keterangan
Literasi Keuangan Digital	X1.1	0.857	*Significant and Valid*
	X1.2	0.493	*Insignificant and Valid*
	X1.3	0.601	*Significant and Valid*
	X1.4	0.630	*Significant and Valid*
	X1.7	0.563	*Significant and Valid*
	X1.8	0.617	*Significant and Valid*
Self Control	X2.1	0.769	*Significant and Valid*
	X2.2	0.807	*Significant and Valid*
	X2.3	0.636	*Significant and Valid*
	X2.4	0.737	*Significant and Valid*
	X2.5	0.474	*Insignificant and Valid*
	X2.6	0.715	*Significant and Valid*
	X2.7	0.678	*Significant and Valid*
	X2.8	0.647	*Significant and Valid*
Love of Money	X3.1	0.591	*Significant and Valid*
	X3.3	0.588	*Significant and Valid*
	X3.4	0.551	*Significant and Valid*
	X3.5	0.804	*Significant and Valid*
	X3.6	0.847	*Significant and Valid*
Perilaku Keuangan Digital	Y.1	0.550	*Significant and Valid*
	Y.2	0.559	*Significant and Valid*
	Y.4	0.746	*Significant and Valid*
	Y.5	0.644	*Significant and Valid*
	Y.6	0.792	*Significant and Valid*

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

	Y.7	0.810	*Significant and Valid*
	Y.8	0.504	*Significant and Valid*
	Y.9	0.634	*Significant and Valid*

Sumber: Data diolah, 2024.

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengukur kualitas dan konsistensi pernyataan secara keseluruhan dalam penelitian. Untuk mengetahui reliabilitas suatu construct dalam SEM PLS melihat dari hasil dari Composite Reliability untuk blok indikator. Berikut adalah tabel hasil perhitungan dari SmartPLS:

Tabel 4.7
Cronbachs Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbachs Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	Average Variance Extracted (AVE)
Literasi Keuangan Digital *(DFL)*	0.648	0.879	0.701	0.304
Self Control (SC)	0.848	0.875	0.88	0.482
Love of Money (LoM)	0.638	0.641	0.643	0.367
Perilaku Keuangan Digital *(DFB)*	0.795	0.802	0.837	0.389

Sumber: Data diolah, 2024.

Nilai dari *cronbachs alpha* dan *composite reliability* untuk semua variabel independen dan dependen berada di atas 0,60 dapat diartikan bahwa indikatori-indikator yang digunakan pada masing-masing konstruk yaitu Literasi Keuangan Digital, *Self-Control*, *Love of Money*, Gender dan Perilaku Keuangan Digital dikatakan mampu untuk mengukur konstruk atau *reliable*.

Tahap berikutnya setelah analisis realibilitas dari convergent validty terpenuhi adalah menguji discriminant validty yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya dengan membandingkan nilai loading pada construct yang tertuju harus lebih besar jika dibandingkan dengan nilai loading terhadap construct lain.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Tabel 4.8
Output Discriminant Validity

	Gender	DFL	LoM	DFB	SC	G*DFL	G*SC	G*LoM
Gender								
DFL	0.168							
LoM	0.200	0.753						
DFB	0.214	0.707	0.694					
SC	0.316	0.602	0.879	0.432				
G*DFL	0.013	0.943	0.680	0.587	0.433			
G*SC	0.109	0.468	0.727	0.393	0.920	0.448		
G*LoM	0.001	0.631	1.047	0.673	0.675	0.651	0.756	

Sumber: Data diolah, 2024.

Tabel 4.8 menjelaskan bahwa beberapa *loading factor* dari variabel laten penelitian memiliki nilai *loading* dari konstruk yang dituju lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading construct* lain jika dihubungkan dengan variabel laten lainnya. Artinya bahwa setiap variabel laten memiliki *discriminant validity* yang baik karena hubungan indikator terhadap konstruknya lebih tinggi dibandingkan nilai dari hubungan indikator dengan konstruk lainnya. Karena *loading factor* dapat dikatakan baik apabila nilai tersebut di atas 0,50.

Inner Model

Evaluasi Goodness of Fit Model Struktural (R^2)

Evaluasi Goodness of Fit Model Struktural diukur menggunakan nilai dari R Square (R^2) pada construct endogen. Nilai R Square merupakan nilai koefisien determinasi pada variabel endogen dengan tingkat sebesar 0,67 artinya kuat, 0,33 artinya moderat dan 0,19 artinya lemah.

Tabel 4.9
R Square

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Variabel	R Square	R Square Adjusted	Keterangan
Perilaku Keuangan Digital	0.540	0.394	*Moderate*

Sumber: Data diolah, 2024.

Goodnes Of Fit Model diukur dengan menggunakan *R-Square* (R^2). Nilai *R-Square* pada output PLS adalah 0,540 dan nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0,394. Artinya model Perilaku Keuangan Digital dijelaskan oleh Literasi Keuangan Digital, *Self-Control* dan *Love of Money* sebesar 54% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian sebesar 39%.

Pengujian Hipotesis

Tabel 4.10
Pengujian Hipotesis

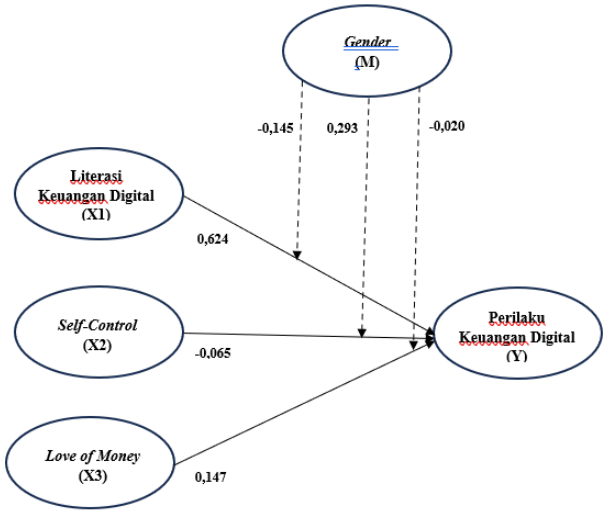
Hubungan Antar Variabel	Koefisien Parameter	t Statistic	P Value	Keterangan
Literasi Keuangan Digital -> Perilaku Keuangan Digital	0.624	3.462	0.000	*Significant* ***
Self-Control -> Perilaku Keuangan Digital	-0.065	0.256	0.399	*Insignificant*
Love of Money -> Perilaku Keuangan Digital	0.147	0.605	0.273	*Insignificant*
G*LKD -> Perilaku Keuangan Digital	-0.145	0.651	0.258	*Insignificant*
*G*SC* -> Perilaku Keuangan Digital	0.293	0.954	0.170	*Insignificant*
*G*LoM* -> Perilaku Keuangan Digital	-0.020	0.067	0.473	*Insignificant*

Notes: *** Signifikan pada α 1%, ** Signifikan pada α 5%, * Signifikan pada α 10%,

Sumber: Data diolah, 2024.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075



Gambar 4.4 Model Diagram Jalur Penelitian

Sumber: Data diolah, 2024.

Berdasarkan diagram jalur penelitian di atas, dapat diterjemahkan ke dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

Perilaku Keuangan Digital = 0,000. DFL + 0,399. SC + 0,273. LoM + 0,258. G*DFL + 0,170. G*SC + 0,472. G*LoM + e

Pada penelitian ini pengaruh dari variabel Literasi Keuangan Digital mempunyai nilai koefisien tertinggi terhadap Perilaku Keuangan Digital. Adapun nilai R Square pada model penelitian ini adalah 0,540 artinya Perilaku Keuangan Digital dipengaruhi oleh Literasi Keuangan Digital, *Self-Control*, *Love of Money* dan Gender sebesar 54%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam model penelitian.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Keuangan Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap Perilaku Keuangan Digital, artinya semakin baik literasi keuangan digital masyarakat maka Perilaku Keuangan Digital akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya. Sehingga hipotesis pertama penelitian (H_1) diterima atau didukung.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Individu yang mempunyai literasi keuangan digital yang tinggi mampu untuk melakukan perencanaan keuangan dan membuat anggara keuangan dalam mengelola keuangan yang mereka miliki. Artinya bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan digital yang baik dapat mengimplementasikan pengetahuan yang mereka miliki dalam mencatat anggaran keuangan, membayar tagihan tepat waktu dan menghindari pemborosan. Mengacu pada *Theory of Planned Behavior* bahwa perilaku seseorang berdasarkan latar belakang yang salah satunya adalah pengetahuan di mana dalam hal ini adalah literasi keuangan digital yang mempengaruhi perilaku keuangan digital seseorang (Iriani et al., 2021). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Song et al., 2023; Widyastuti et al., 2020) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan Digital pada Perilaku Keuangan Digital.

Pengaruh Self Control Terhadap Perilaku Keuangan Digital

Hasil uji penelitian menunjukkan bahwa Koefesien Parameter jalur yang diperoleh dari pengaruh Self-Control (SC) terhadap Perilaku Keuangan Digital (DFB) adalah -0,065 dengan nilai tstatistik 0,256 < 1,64 pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara Self-Control terhadap Perilaku Keuangan Digital. Nilai koefisien parameter -0,065 mengartikan bahwa semakin Self-Control meningkat maka Perilaku Keuangan Digital belum tentu ikut meningkat seiring dengan semakin baiknya kontrol diri seseorang, begitu juga sebaliknya. Artinya hipotesis kedua penelitian (H_2) ditolak atau tidak didukung.

Self-Control setidaknya didasarkan oleh standar, proses pemantauan dan kapasitas operasional untuk mengubah perilaku keuangan seseorang. Aspek utama dari self-control adalah kemampuan untuk menahan godaan terhadap sesuatu dalam hal ini berkaitan dengan pengeluaran keuangan (Zulfaris et al., 2020). Self-Control dapat dipandang sebagai perbedaan dalam individu yang pada penelitian Haws, Bearden dan Nenko (20210 dalam (Zulfaris et al., 2020) bahwa seseorang yang umumnya memiliki self-control cenderung tinggi mengalami kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran mereka sedangkan seseorang yang memiliki self-control rata-rata bisa menjadi sangat disiplin dalam terhadap kesehatan keuangan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suprianto et al., 2023; Zulfaris et al., 2020) bahwa Self-Control tidak berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan Digital.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Pengaruh Love of Money Terhadap Perilaku Keuangan Digital

Hasil uji Hasil penelitian menunjukkan bahwa Koefesien Parameter jalur yang diperoleh dari pengaruh Love of Money (LoM) terhadap Perilaku Keuangan Digital (DFB) adalah 0,147 dengan nilai tstatistik 0,605 < 1,64 pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara Love of Money terhadap Perilaku Keuangan Digital. Nilai koefisien parameter 0,147 mengartikan bahwa semakin Love of Money meningkat maka Perilaku Keuangan Digital ikut meningkat, namun pengaruh tersebut tidak signifikan atau tidak berpengaruh. Artinya hipotesis kedua penelitian (H_3) ditolak atau tidak didukung.

Dijelaskan pada Sabdono (2012) dalam (Aini & Rahayu, 2022) Love of Money sering dianggap sebagai akar dari berbagai bentuk kejahatan karena dapat menyebabkan penyimpangan perilaku dalam diri seseorang. Oleh karena itu, Love of Money tidak memengaruhi cara seseorang dalam berperilaku terhadap keuangan mereka. Tingkat Love of Money dipengaruhi oleh berbagai faktor lain dalam diri seseorang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aini & Rahayu, 2022; Rudy et al., 2020) bahwa Love of Money tidak memiliki pengaruh terhadap Perilaku Keuangan Digital.

Pengujian Hipotesis Keempat (H4): Gender dapat Memoderasi Pengaruh Positif dan Signifikan Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Keuangan Digital

Hasil uji hipiotesis menunjukkan bahwa gender tidak secara signifikan memoderasi pengaruh Literasi Keuangan Digital (DFL) terhadap Perilaku Keuangan Digital (DFB). Koefisien parameter moderasi gender pada hubungan antara literasi keuangan digital dan perilaku keuangan digital adalah sebesar -0,145 dengan nilai t-statistik 0,651 lebih kecil dari 1,64 pada taraf signifikansi 0,05 (5%). Artinya bahwa gender tidak berperan sebagai variabel moderasi yang signifikan dalam hubungan literasi keuangan digital dan perilaku keuangan digital. Sehingga hipotesis keempat (H_4) penelitian ditolak atau tidak didukung.

Nilai koefisien yang rendah dan tidak signifikan ini mengindikasikan bahwa pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku keuangan digital antara laki-laki dan perempuan tidak memiliki perbedaan secara signifikan. Artinya meskipun terdapat perbedaan antara literasi keuamgan digital pada laki-laki dan perempuan, perbedaan tersebut tidak cukup kuat atau

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

signifikan secara statistik untuk dikatakan bahwa gender memoderasi hubungannya dengan perilaku keuangan digital. Hasil ini didukung oleh uji beda independen t-test yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital pada pengguna online shop yang dimiliki oleh laki-laki lebih tinggi (38,04) dibandingkan dengan yang dimiliki oleh perempuan (37,07). Namun perbedaan tersebut tidak signifikan, meskipun literasi keuangan digital yang dimiliki laki-laki lebih baik, perbedaan ini tidak cukup kuat untuk diakui sebagai signifikan secara statistik.

Pernyataan bahwa gender memoderasi pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku keuangan digital tidak benar, berdasarkan data yang ada. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan digital yang dimilikil laki-laki lebih baik atau tinggi, efeknya terhadap perilaku keuangan digital tidak dimoderasi oleh gender secara signifikan. Artinya literasi keuangan digital berpengaruh terhadap perilaku keuangan digital baik antara pengguna online shop laki-laki maupun perempuan, tetapi pengaruh tersebut tidak dimoderasi oleh gender.

Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks literasi keuangan digital faktor gender bukanlah pendorong signifikan dalam mempengaruhi perilaku keuangan digital. Oleh karena itu peningkatan perilaku keuangan digital pengguna online shop melalui literasi keuangan digital harus lebih difokuskan pada peningkatan kemampuan terhadap pengetahuan keuangan digital tanpa harus mempertimbangkan gender.

Pengujian Hipotesis Kelima (H5): Gender dapat Memoderasi Pengaruh Positif dan Signifikan Self-Control terhadap Perilaku Keuangan Digital

Hasil uji hipiotesis menunjukkan bahwa gender tidak secara signifikan memoderasi pengaruh Self-Control (SC) terhadap Perilaku Keuangan Digital (DFB). Koefisien parameter moderasi gender pada hubungan antara self-control dan perilaku keuangan digital adalah sebesar 0,293 dengan nilai t-statistik 0,954 lebih kecil dari 1,64 pada taraf signifikansi 0,05 (5%). Artinya bahwa gender tidak berperan sebagai variabel moderasi yang signifikan dalam hubungan self-control dan perilaku keuangan digital. Sehingga hipotesis keempat (H5) penelitian ditolak atau tidak didukung.

Nilai koefisien yang rendah dan tidak signifikan ini mengindikasikan bahwa pengaruh self-control terhadap perilaku keuangan digital antara laki-laki dan perempuan tidak memiliki perbedaan secara signifikan. Artinya meskipun terdapat perbedaan tingkat self-control pada laki-

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

laki dan perempuan, perbedaan tersebut tidak cukup kuat atau signifikan secara statistik untuk dikatakan bahwa gender memoderasi hubungannya dengan perilaku keuangan digital. Hasil ini didukung oleh uji beda independen t-test yang menunjukkan bahwa self-control pada pengguna online shop yang dimiliki oleh laki-laki lebih tinggi (40,25) dibandingkan dengan yang dimiliki oleh perempuan (37,76). Namun perbedaan tersebut tidak signifikan, meskipun self-control yang dimiliki laki-laki lebih baik, perbedaan ini tidak cukup kuat untuk diakui sebagai signifikan secara statistik.

Pernyataan bahwa gender memoderasi pengaruh self-control terhadap perilaku keuangan digital tidak benar, berdasarkan data yang ada. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun self-control yang dimilikil laki-laki lebih baik atau tinggi, efeknya terhadap perilaku keuangan digital tidak dimoderasi oleh gender secara signifikan. Artinya self-control tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan digital baik antara pengguna online shop laki-laki maupun perempuan.

Pengujian Hipotesis Keenam (H6): Gender dapat Memoderasi Pengaruh Positif dan Signifikan Love of Money Terhadap Perilaku Keuangan Digital

Hasil uji hipiotesis menunjukkan bahwa gender tidak secara signifikan memoderasi pengaruh Love of Money (LoM) terhadap Perilaku Keuangan Digital (DFB). Koefisien parameter moderasi gender pada hubungan antara love of money dan perilaku keuangan digital adalah sebesar -0,020 dengan nilai t-statistik 0,067 lebih kecil dari 1,64 pada taraf signifikansi 0,05 (5%). Artinya bahwa gender tidak berperan sebagai variabel moderasi yang signifikan dalam hubungan love of money dan perilaku keuangan digital. Sehingga hipotesis keempat (H6) penelitian ditolak atau tidak didukung.

Nilai koefisien yang rendah dan tidak signifikan ini mengindikasikan bahwa pengaruh love of money terhadap perilaku keuangan digital antara laki-laki dan perempuan tidak memiliki perbedaan secara signifikan. Artinya meskipun terdapat perbedaan tingkat love of money pada laki-laki dan perempuan, perbedaan tersebut tidak cukup kuat atau signifikan secara statistik untuk dikatakan bahwa gender memoderasi hubungannya dengan perilaku keuangan digital. Hasil ini didukung oleh uji beda independen t-test yang menunjukkan bahwa love of money pada pengguna online shop yang dimiliki oleh laki-laki lebih tinggi (31,79) dibandingkan dengan yang dimiliki oleh perempuan (31,48). Namun perbedaan tersebut tidak signifikan, meskipun love of money

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

yang dimiliki laki-laki lebih baik, perbedaan ini tidak cukup kuat untuk diakui sebagai signifikan secara statistik.

Pernyataan bahwa gender memoderasi pengaruh love of money terhadap perilaku keuangan digital tidak benar, berdasarkan data yang ada. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun love of money yang dimilikil laki-laki lebih baik atau tinggi, efeknya terhadap perilaku keuangan digital tidak dimoderasi oleh gender secara signifikan. Artinya love of money tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan digital baik antara pengguna online shop laki-laki maupun perempuan.

V. KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran Literasi Keuangan Digital, *Self-Control*, *Love of Money* terhadap Perilaku Keuangan Digital dan peran gender sebagai variabel moderasi. Hasil penilitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Keuangan Digital pelaku pengguna *online shop*. Bukti empiris ini menunjukan bahwa pemahaman dan penerapan Literasi Keuangan Digital seperti pengetahuan umum tentang keuangan, tabungan, asuransi dan investasi berperan penting dalam membentuk Perilaku Keuangan Digital yang lebih baik di kalangan pengguna *online shop*. Sementara, self control dan love of money tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan digital. Hasil penelitian tidak menunjukkan adanyanya perbedaan antara lali-laki dan perempuan di semua variabel. Hasil menunjukkan bagwa tidak terdapat bukti empiris terkait kesenjangan gender (gender gap) pada Literasi Keuangan Digital, *Self-Control*, *Love of Money* maupun Perilaku Keuangan Digital. Penelitian menyarankan OJK bekerjasam dengan instansi terkait untuk meningkatkan literasi keuangan khususnya terkait digitalisasi, karena terbukti mampu meningkatkan pengelolaan keuangan digital. Keterbatasan penelitian ini hanya mencakup distribusi responden di wilayah Jakarta. Untik penelitian yang akan datang, disarankan agar mendistribusikan sampel dengan jangkauan lebih luas, meliputi wilayah lainnya di Indonesia. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dan mewakili populasi di Indonesia secara keseluruhan. Hasil penelitian tidak dikonfirmasi melalui wawancara, sehingga penjelasan terfokus hanya pada hasil persepsi responden dan uji hipotesis, penelitian mendatang sebaiknya menggunakan wawancara untuk mengkonfirmasi hasil survey.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

VI. DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, A., Butt, B. S., . M., & Iram, S. (2019). Drivers Influencing Financial Behavior among Management Students in Narowal. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 9(2). https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v9-i2/5602

Aini, K. A., & Rahayu, R. A. (2022). Love of Money, Financial Literacy, Locus of Control dan Gender Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pelaku UMKM. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 10(3), 433–442. https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1417

Andraeni, S. S., & Wardhani, N. K. (2023). Jenis Kecerdasan dan Kinerja Audit: Gender sebagai Variabel Moderasi. Owner, 7(3), 1981–1990. https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1588

Asandimitra, N., & Kautsar, A. (2019). The Influence of Financial Information, Financial Self Efficacy, and Emotional Intelligence to Financial Management Behavior of Female Lecturer. Humanities and Social Sciences Reviews, 7(6), 1112–1124. https://doi.org/10.18510/hssr.2019.76160

Cahyani, P., & Rochmawati, R. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Teman Sebaya, dan Parental Income terhadap Perilaku Keuangan dengan Self-Control sebagai Moderasi. Jurnal Ecogen, 4(2), 224. https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i2.11232

Coyne, M. A., Vaske, J. C., Boisvert, D. L., & Wright, J. P. (2015). Sex Differences in the Stability of Self-Regulation Across Childhood. Journal of Developmental and Life-Course Criminology, 1(1), 4–20. https://doi.org/10.1007/s40865-015-0001-6

Efrianti, A., Santi, E., & Oliyan, F. (2023). Pengaruh Pengetahuan Etika, Religiusitas, dan Love of Money Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Padang) . JABEI (Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia), 2(2), 105–117.

Hashmi, F., Aftab, H., Martins, J. M., Mata, M. N., Qureshi, H. A., Abreu, A., & Mata, P. N. (2021). The Role of Self-Esteem, Optimism, Deliberative Thinking and Self-Control in Shaping the Financial Behavior and Financial Well-Being of Young Adults. PLoS ONE, 16(9 September). https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256649

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Iriani, A. R., Rahayu, C. W. E., & Rahmawati, C. H. T. (2021). The Influence of Demographic Factors and Financial Literacy on The Financial Behavior. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, 10(1), 33. https://doi.org/10.24036/jkmb.11220500

Kholilah, N. Al, & Iramani, Rr. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. Journal of Business and Banking, 3(1), 69. https://doi.org/10.14414/jbb.v3i1.255

Kristianti, I., & Tulenan, M. V. (2021). Dampak Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan. Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 18(1), 57–65. https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jkin.v18i1.8254

Laily, N. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan. Journal of Accounting and Business Education, 1(4). https://doi.org/10.26675/jabe.v1i4.6042

Liu, Y., Di, S., Shi, Y., & Ma, C. (2022). Meaning in life and adolescent self-control: Effect of perceived social support and its gender differences. Frontiers in Psychology, 13. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1087668

Mawad, J. L., Athari, S. A., Khalife, D., & Mawad, N. (2022). Examining the Impact of Financial Literacy, Financial Self-Control, and Demographic Determinants on Individual Financial Performance and Behavior: An Insight from the Lebanese Crisis Period. Sustainability (Switzerland), 14(22). https://doi.org/10.3390/su142215129

Muntahanah, S., Cahyo, H., Setiawan, H., & Rahmah, S. (2021). Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan di Masa Pandemi. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 21(3), 1245. https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1647

Mutlu, Ü., & Özer, G. (2022). The Moderator Effect of Financial Literacy on The Relationship Between Locus Of Control and Financial Behavior. Kybernetes, 51(3), 1114–1126. https://doi.org/10.1108/K-01-2021-0062

Oviyani, T. (2022). Pengaruh Financial Knowledge Terhadap Financial Management Behavior Dengan Love Of Money Dan Gender Sebagai Variabel Moderasi. K&K_Jurnal Manajemen, 1(3).

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Purwidianti, W., & Tubastuvi, N. (2019). The Effect of Financial Literacy and Financial Experience on SME Financial Behavior in Indonesia. Jurnal Dinamika Manajemen, 10(1), 40–45. https://doi.org/10.15294/jdm.v10i1.16937

Puspita, G., & Isnalita, I. (2019). Financial Literacy: Pengetahuan, Kepercayaan Diri dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi. Owner, 3(2), 117. https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.147

Rudy, R., Sunardi, N., & Kartono, K. (2020). Pengetahuan Keuangan dan Love Of Money pengaruhnya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dan dampaknya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang. Jurnal SEKURITAS (Saham Ekonomi Keuangan Dan Investasti), 4(1).

Sari, D. A. (2015). Financial Literacy dan Perilaku Keuangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa STIE 'YPPI' Rembang). BBM (Buletin Bisnis & Manajemen), 1(2). https://doi.org/http://dx.doi.org/10.47686/bbm.v1i2.14

Sari, N. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Locus of Control, Life Style, dan Gender terhadap Financial Management Behavior Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(2), 670. https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p670-680

Sekarwati, M. A., & Susanti, S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Modernitas Individu Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya. Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen, 16(2), 268–275. https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jinv.v16i2.7720

Sesini, G., Manzi, C., & Lozza, E. (2023). Is psychology of money a gendered affair? A scoping review and research agenda. International Journal of Consumer Studies, 47(6), 2701–2723. https://doi.org/10.1111/ijcs.12975

Sholehah, N. L. H., & Ishak, P. (2022). Pengaruh Opportunistic Behaviour dan Love of Money Perangkat Desa Terhadap Pengelolaan Keuangan Desa dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Masyarakat . Gorontalo Accounting Journal, 5(1).

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Simange, F. A., Saerang, I. S., & Maramis, J. B. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Pengelolaan Karyawan Single di Kota Manado Dengan Love Of Money Sebagai Variabel Intervening. 10(1), 471–480.

Song, C. L., Pan, D., Ayub, A., & Cai, B. (2023). The Interplay Between Financial Literacy, Financial Risk Tolerance, and Financial Behaviour: The Moderator Effect of Emotional Intelligence. Psychology Research and Behavior Management, 16, 535–548. https://doi.org/10.2147/PRBM.S398450

Suprianto, A., Pongoliu, Y. I., & Ishak, I. M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Self Control Dan Implusive Buying Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kmi -Balut. Journal of Management & Business, 6(2), 235–346. https://doi.org/https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.5791

Tang, T. L.-P., & Chen, Y.-J. (2008). Intelligence Vs. Wisdom: The Love of Money, Machiavellianism, and Unethical Behavior across College Major and Gender. Journal of Business Ethics, 82(1), 1–26. https://doi.org/10.1007/s10551-007-9559-1

Thalib, S. B. (2013). Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif.

Ulumudiniati, M., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus Of Control, Parental Income, Dan Love Of Money Terhadap Financial Management Behavior: Lifestyle Sebagai Mediasi. Jurnal Ilmu Manajemen, 10(1).

Wati, L. N. (2021). Metodologi Penelitian Aplikatif Dengan SMART PLS.

Widyastuti, U., Sumiati, A., Herlitah, & Melati, I. S. (2020). Financial Education, Financial Literacy, and Financial Behaviour: What Does Really Matter? Management Science Letters, 10(12), 2715–2720. https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.4.039

Wiyono, G., & Kirana, K. C. (2020). Efek Impresi Fintech Terhadap Perilaku Keuangan Usaha Kecil Menegah (UKM). Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 21(1), 69–81. https://doi.org/10.30596/jimb.v21i1.3889

Yerianto, M., & Mustaqim, M. (2024). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Perencanaan Keuangan dan Sikap Love Of Money Terhadap Perilaku Keuangan Pada Pelaku UMKM Batik di

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

e-ISSN: 2716-3849 | p-ISSN: 2301-4075

Kabupaten Sidoarjo. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 8(1), 1063–1079. https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3793

Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 6(1). https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330

Zulfaris, M. D., Mustafa, H., Mahussin, N., Alam, M. K., & Daud, Z. M. (2020). Students and Money Management Behavior of a Malaysian Public University. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(3), 245–251. https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no3.245

Zulfialdi, M. F., & Sulhan, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Keuangan Pada Mahasiswa PTKIN di Jawa Timur. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 7(2), 807–820. https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3056

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License