

Pengaruh *Mental Accounting* dan Literasi Keuangan Pada Generasi Z Terhadap *Financial Behaviour* Pada Masa Pandemi Covid 19 dengan dimediasi Gaya Hidup

Deasy Lestary Kusnandar¹, Dian Kurniawan², Nana Sahroni³
^{1,2,3}Universitas Siliwangi, Jawa Barat, Indonesia

Abstract

The research aims to determine the effect of mental accounting on financial behavior with lifestyle as a mediating variable. This research is a type of quantitative research using a survey method given to Generation Z who have used e-wallet or e-money. Determination of the number of samples in this study were as many as 300 respondents with the sampling method used was using judgment sampling. The analysis used is Structural Equation Modeling (SEM) analysis. The results show that financial literacy affects lifestyle, mental accounting affects lifestyle, and lifestyle mediates financial literacy and mental accounting on financial behavior.

Keywords: *mental accounting; financial literacy; life style; financial behaviour*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *mental accounting* terhadap perilaku keuangan dengan gaya hidup sebagai variabel mediasi. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei kepada Generasi Z yang pernah menggunakan *e-wallet* atau *e-money*. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 300 responden dengan metode *judgment sampling*. Alat Ukur dalam penelitian ini menggunakan skala interval 1-7. Analisis yang digunakan adalah analisis "*Structural Equation Modelling* (SEM)". Penelitian memperlihatkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap gaya hidup, *mental accounting* berpengaruh terhadap gaya hidup, dan gaya hidup memediasi literasi keuangan dan *mental accounting* terhadap perilaku keuangan.

Kata kunci: *mental accounting; literasi keuangan; gaya hidup; perilaku keuangan*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah mengakibatkan peningkatan dramatis dalam pembelian online. Catatan Bank Indonesia (BI) menunjukkan bahwa transaksi digital seperti digital banking dan *remittance* tumbuh sebesar 37,8% ("*Year in Year*" /YoY). Selain itu, penggunaan uang elektronik atau dompet digital "*e-wallet*" tumbuh 24,42% dibanding tahun lalu. Penggunaan kartu debit, turun 18,9% secara tahunan. Transformasi digital Indonesia dipercepat akibat pandemi Covid-19. Banyak orang terpaksa melakukan aktivitas sehari-hari hanya melalui sarana digital. Tahun 2020 juga merupakan tahun yang baik bagi perusahaan jasa keuangan digital. Lantas, apa layanan dompet digital terpopuler di Indonesia? GoPay dinobatkan sebagai layanan dompet digital terpopuler di Indonesia oleh *Shared Vision* dalam survei yang diterbitkan pada Desember 2020. Sebuah survei berjudul "*eChannel Fintech e-Commerce and eLifestyle*" menemukan bahwa GoPay adalah *e-money* paling populer, dengan 81% responden. Penggunaan aplikasi dompet digital (*e-wallet*) untuk transaksi elektronik semakin meningkat. Hal ini antara lain karena praktis, aman, dan cepat, serta memiliki sejumlah manfaat lainnya. Dompet elektronik sekarang dapat digunakan untuk melakukan pembelian online serta pembayaran di

¹ Penulis Koresponden. deasylestary@unsil.ac.id

lokasi fisik. Transaksi *e-wallet*, khususnya di masa pandemi Covid-19, juga dinilai lebih aman dan sesuai dengan aturan kesehatan.

Transaksi *e-commerce* dan keuangan digital menjadi semakin populer selama pandemi. Adopsi digital dan kepercayaan konsumen pada volume transaksi yang tinggi meningkat, menurut data Insights Center tentang perilaku pelanggan *e-commerce* Indonesia. Studi yang sama menemukan bahwa 85 persen dari total volume transaksi didorong oleh pelanggan Gen Z dan milenial, yang mendukung pertumbuhan aktivitas transaksi digital. Menariknya, transaksi online populer di kalangan orang-orang dari segala usia, dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata hampir 17-20 persen.

Gen Z, kelompok orang yang lahir antara tahun 1995 dan 2010, lebih fasih dengan teknologi modern dan internet dibandingkan para pendahulunya. Milenial menghabiskan rata-rata 6 hingga 7 jam seminggu di media sosial, sementara 44 persen Gen Z memeriksa media sosial setidaknya sekali dalam satu jam, menurut data dari “socialmediaweek.org” aktivitas media sosial di platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube adalah metode yang disukai untuk mendapatkan perhatian di antara anggota Generasi Z. Hal ini menyebabkan Generasi Z menghabiskan uang untuk hal-hal seperti mode, makanan, dan perjalanan agar terlihat lebih diterima secara sosial di media sosial.

Terlahir di era modernisasi teknologi mempengaruhi pola pikir generasi ini dalam mengeksplor segala hal. Terlebih di era digital sekarang ini banyak tawaran kemudahan dalam mendapatkan sesuatu hal, baik informasi, produk dan lain sebagainya. Sehingga seringkali menimbulkan penyalahgunaan keuangan untuk keperluan yang tidak penting. Generasi ini cenderung masih belum bisa dan bijak mengatur, menggunakan dan mengalokasikan keuangan mereka sesuai dengan kebutuhan prioritas. Tidak jarang seringkali terjadi besar pengeluaran dari pemasukan.

Media sosial dan belanja online “*e-commerce*” telah menyebabkan peningkatan keinginan masyarakat Indonesia untuk mengeluarkan uang untuk membuat proses belanja lebih nyaman. Akibatnya, 43% dari 140 perusahaan *fintech* Indonesia, menurut “Asosiasi Fintech Indonesia” bekerja di industri pembayaran. Selain dapat meningkatkan perekonomian, peningkatan volume dan nilai transaksi belanja online memiliki beberapa aspek positif, namun juga membawa permasalahan sosial lainnya yaitu tumbuhnya budaya konsumerisme.

Penggunaan *e-wallet* sangat diminati oleh Generasi Z karena meningkatnya transaksi pembayaran online. Dompot digital, juga dikenal sebagai dompet elektronik, diterima secara luas sebagai alat pembayaran. Dengan kata lain, dompet elektronik adalah sistem yang dirancang untuk memudahkan penggunaannya dalam melakukan transaksi keuangan. Kehidupan sehari-hari masyarakat diuntungkan dengan adanya *e-wallet*.

Menggunakan dompet digital untuk pembayaran juga bukan tanpa alasan, karena akan lebih efisien dan memperlancar transaksi. Go-Pay, merupakan salah satu layanan *e-wallet* populer di Indonesia, banyak digunakan oleh generasi muda. Orang yang dulunya membayar sesuatu dengan uang tunai sekarang lebih cenderung menggunakan metode pembayaran online. Hal ini dikarenakan masyarakat saat ini dipaksa untuk beradaptasi dengan segala bentuk transaksi digital karena kemajuan zaman yang terus berkembang. Faktor utama dalam preferensi Gen Z untuk pembayaran online adalah kesederhanaan prosesnya. Go-Pay adalah dompet digital yang menyediakan layanan pembayaran dan transaksi online melalui aplikasi pintar. Sebagai produk e-money yang telah disetujui oleh Bank Indonesia, Go-Pay juga dapat digunakan sebagai metode pembayaran online.

Penggunaan Go-Pay oleh Gen Z telah menjadi menguntungkan dari waktu ke waktu. Munculnya masyarakat tanpa uang tunai sebagian dikreditkan ke *Go-practicality Pay* dan keramahan pengguna. Bahwa Gen Z lebih cenderung membeli secara impulsif atau melakukan pembelian berulang diilustrasikan oleh fenomena ini. Akuntansi mental mungkin menjadi faktor perilaku irasional Gen Z saat menggunakan sistem Go-Pay. Contoh akuntansi psikologis adalah

ketika seseorang membagi pendapatannya ke dalam berbagai kategori, seperti model akuntansi, agar lebih baik mengelola keuangannya.

Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa “*mental accounting*” berpengaruh terhadap pengelolaan uang saku mahasiswa (Marteniawati, 2012). Juga pada tahun 2017, para peneliti di Micrets Agustina dkk. menemukan hubungan antara faktor demografis dan “*mental accounting*” pengguna saat menggunakan kartu kredit. Suku bunga kredit syariah secara signifikan lebih rendah jika berdasarkan “*mental accounting*” dibandingkan penelitian oleh Asniati dan Rizal Yahya pada tahun 2020. Pilihan terbaik adalah melakukan pembelian dengan kartu kredit Syariah Anda.

Gen Z tidak bisa mengelola keuangannya dengan baik, sehingga fenomena “*mental accounting*” saat menggunakan Go-Pay menjadi topik penelitian yang menarik. Perilaku Tanggapan Z terhadap kemudahan penggunaan teknologi modern adalah pengelolaan keuangan yang baik. Dengan gaya hidup sebagai variabel mediasi, penelitian ini berusaha untuk mengetahui pengaruh psikologi akuntansi terhadap perilaku keuangan.

METODE PENELITIAN

Seperti yang dikemukakan (Sugima, 2008) metode penelitian survei digunakan dalam penelitian ini. Penelitian survei dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada seseorang atau subjek dan mencatat tanggapan mereka untuk analisis kritis lebih lanjut. Jenis penelitian ini merupakan bagian dari penelitian deskriptif dan penelitian korelasi-kausal. Subyek penelitian adalah psikologi akuntansi, serta literasi keuangan, keuangan pribadi, dan topik terkait lainnya. Generasi Z, orang-orang yang lahir antara 1995 dan 2010, menjadi fokus penelitian ini. Peneliti tidak dapat memperkirakan ukuran populasi, jadi bersifat “*infinite*”. Pengambilan sampel dengan “*judgement sampling/purposive sampling*” di mana preferensi pribadi peneliti diperhitungkan (Sugiyama, 2008). Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel ini untuk menentukan terlebih dahulu apakah orang yang dipilih untuk sampel percaya bahwa dia telah memilih orang yang benar atau tidak. Berdasarkan pendapat Hair (1995:444), ukuran sampel minimum adalah 100 untuk penelitian survei. Selain itu, kuesioner dibagikan kepada 300 orang agar penelitian ini lebih akurat.

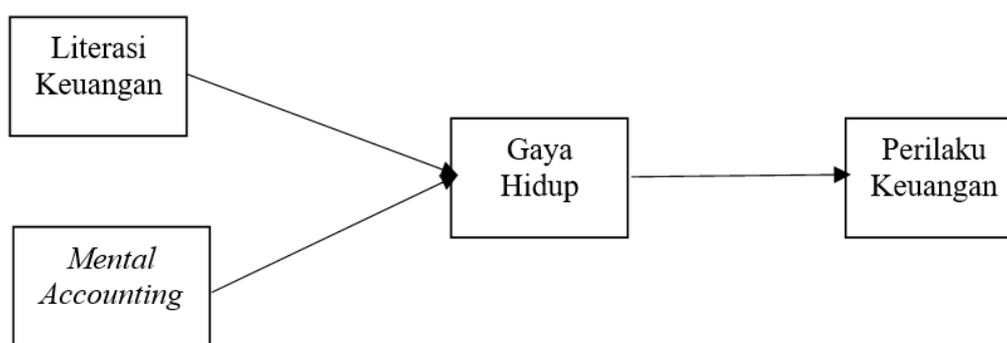
Dalam melakukan penelitian ilmiah, penting untuk memahami komponen penelitian ilmiah yang termasuk dalam variabel operasional penelitian.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)
Mental Accounting (X ₁)	Proses kognitif seseorang yang digunakan untuk mengatur, mengevaluasi dan memonitor aktivitas keuangan (Thaler Dalam Kivets, 1999;1-2)	1) Mempersepsikan 2) Membedakan 3) Mengevaluasi	Ordinal
Literasi Keuangan (X ₂)	Kemampuan seseorang individu untuk membaca, menulis dan berbicara, menghitung dan memecahkan masalah pada tingkat	1) Pengetahuan seseorang atas nilai suatu baraaang dan skala prioritas dalam hidupnya 2) Penganggaran,	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
	kemahiran yang diperlukan dalam individu, keluarga dan masyarakat	tabungan dan bagaimana mengelola uang	
Gaya Hidup (X ₃)	Pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opiniinya (AIO)	1) Aktivitas 2) Minat 3) Opini	Ordinal
Perilaku Keuangan (X ₄)	Perilaku keuangan merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh generasi Z dalam mengelola keuangannya yang menyebabkan mereka sukses dalam mengelola keuangannya untuk mencapai kesejahteraan	Sikap individu terkait kesadaran resiko keuangan, depresiasi nilai uang, penghindaran resiko keuangan, kebutuhan keuangan, pengetahuan perencanaan hidup, tabungan dan peningkatan kehidupan	Ordinal

Untuk lebih menjelaskan “Pengaruh *Mental Accounting* Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi”, dibuat paradigma sebagai berikut:

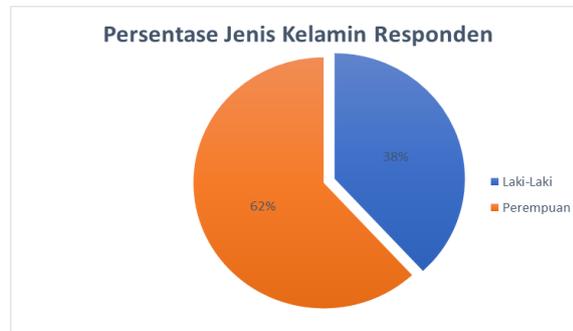


Gambar 1. Model Penelitian

Kumpulkan data untuk analisis dan interpretasi selanjutnya setelah informasi yang diperlukan sudah terkumpul adalah pemeriksaan validasi dan reliabilitas dari kuesioner yang didistribusikan sebelum analisis data. “*Confirmatory Factor Analysis*” (CFA) dengan aplikasi AMOS 21 adalah metode untuk mengukur validitas hasil. Karena pentingnya ditempatkan pada hubungan antara struktur item dan pengukurannya. *Critical Ratio* atau t_{hitung} lebih besar dengan nilai t_{tabel} mengartikan bahwa data ini valid (Ferdinand, 2005). Reliabilitas instrumen penelitian dinilai menggunakan pengujian statistik tentang konsisten internal dari alat ukur. Setiap persamaan dalam “*analisis structural equation model*” memiliki hubungan simultan dan digunakan untuk mengestimasi beberapa persamaan regresi yang berbeda. Ada kemungkinan bahwa lebih dari satu variabel dependen disertakan dalam analisis ini, yang masing-masing dapat eksis secara independen dari yang lain.

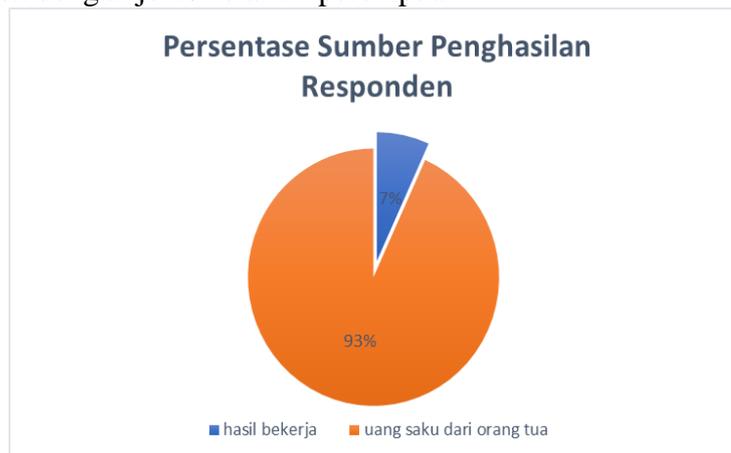
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Responden dari Generasi Z dan menggunakan *Go-Pay* sebagai *e-walletnya*. Hingga 237 kuesioner dapat diproses dengan informasi yang telah kami kumpulkan sejauh ini. Ukuran sampel minimal 100 diperlukan agar survei dianggap mewakili populasi (Hair, 1995:444). Orang yang lahir antara tahun 1996 dan 2015 menjadi sampel Gen Z dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, semua peserta berusia di bawah 25 tahun.



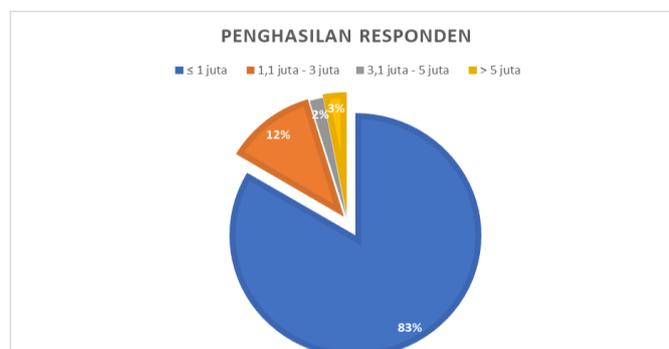
Gambar 2. Persentase Jenis Kelamin Responden

Gambar 2 menunjukkan persentase jenis kelamin responden sebanyak 62% laki-laki dan sebanyak 32% responden dengan jenis kelamin perempuan.



Gambar 3. Persentase Sumber Penghasilan Responden

Gambar 3. menunjukkan persentase sumber penghasilan responden sebanyak 93% berasal dari orang tua dan sebanyak 7% responden mempunyai sumber penghasilan dari hasil bekerja.

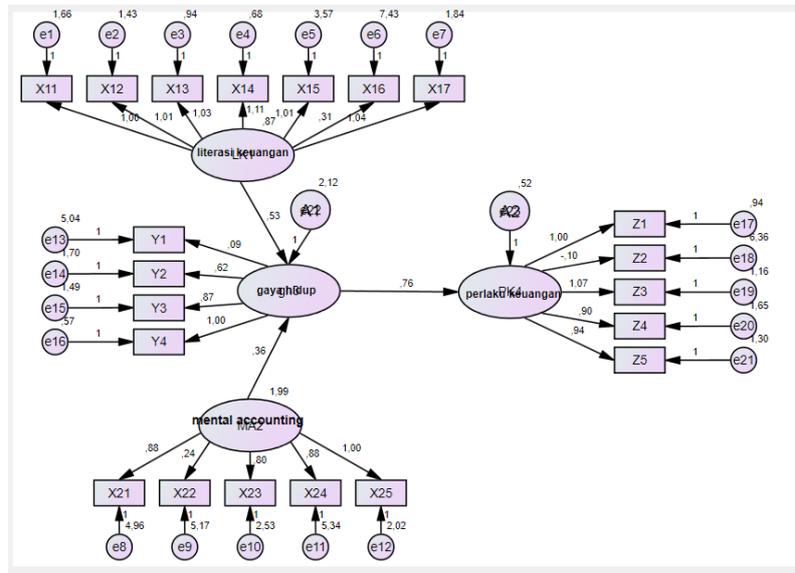


Gambar 4. Penghasilan Responden

Gambar 4 menunjukkan persentase jumlah penghasilan sebanyak 83% responden memiliki penghasilan \leq Rp 1.000.000, sebanyak 12% responden memiliki penghasilan Rp

1.100.000 – 3.000.000, sebanyak 2% responden memiliki penghasilan Rp 3.100.000 – 5.000.000 dan sebanyak 3% responden memiliki penghasilan > Rp 5.000.000.

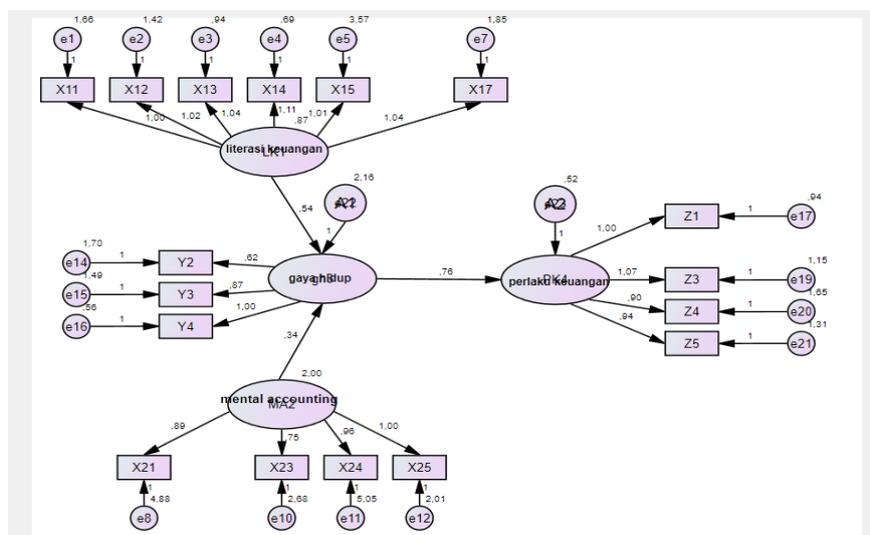
Setelah seluruh data telah didapatkan, peneliti melakukan analisis “*Structural Equation Modeling (SEM)*” secara *Full Model* yang dilakukan dengan melakukan pengujian model dan hipotesis yang telah diberikan pengembangan dalam peneliti. Pengujian *SEM* diujikan dengan 2 model; uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas dengan uji koefisien regresi. *Output* Hipotesis dapat dianalisa dalam gambar dibawah:



Gambar 5. Model Awal Penelitian

Menurut Suliyanto (2011), indikator yang memiliki *loading factor* dibawah 0,4 harus di drop dari model penelitian. Berdasarkan hasil *confirmatory factor analysis* pada gambar 5.4 terlihat bahwa terdapat indikator yang memiliki *loading factor* kurang dari 0,4 yaitu indikator Y1 sebesar 0,09, indikator X22 sebesar 0,2, indikator X16 sebesar 0,31 dan indikator Z2 sebesar 0,10.

Oleh karena itu, indikator-indikator tersebut dikeluarkan dari model penelitian. Sehingga model akhir penelitian menjadi seperti pada gambar 6.



Gambar 6. Model Akhir Penelitian

Dari hasil “*confirmatory factor analysis*” pada gambar 6, muncul indikator jika setiap variabel mempunyai “*factor loading*” diatas dari 0,4 yang berarti tidak terdapat indikator yang perlu di turunkan lagi dari model.

Tabel 2. Hasil Uji Goodness of fit

<i>Goodness of fit Index</i>	Hasil Model Penelitian	<i>Cut of Value</i>	Evaluasi Model
X ² Chi Square	123,119	257,1478386	Baik
Df		296	
RMSEA	0,067	≤ 0,08	Baik
GFI	0,901	≥ 0,90	Baik
AGFI	0,870	≥ 0,90	Marginal
CMIN/DF	2,356	≤ 2,00 / ≤ 3,00	Baik
TLI	0,902	≥ 0,95	Marginal
CFI	0,917	≥ 0,95	Marginal

Tabel 2. menunjukkan bahwa model memenuhi kriteria layak secara *full model*. Pada *probability* 0,05 dengan df 296 nilai chi-square nya sebesar 257,1478386. Secara multivariate data dikatakan normal apabila *mahalanobis distance* < nilai *chi square*. Karena nilai *Mahalanobis distance* (123,119) < *Chi square* (257,1478386) maka data secara multivariate dinyatakan normal. Nilai CMIN/DF sebesar 2,356 lebih kecil dari 3,00 dan masuk dalam kategori baik Nilai GFI sebesar 0,901 lebih besar dari 0,90 masuk dalam keategori baik. Nilai AGFI sebesar 0,870 lebih kecil dari 0,90 masuk dalam kategori marginal. Nilai TLI sebesar 0,902 lebih kecil dari 0,95 dan nilai CFI 0,917 lebih kecil dari 0,95 masuk dalam kategori marginal. Nilai RMSEA sebesar 0,067 lebih kecil dari 0,08. Berdasarkan kriteria *goodness of fit* dalam penelitian ini terdiri dari empat berkategori baik dan tiga kategori marginal sehingga dapat disimpulkan bahwa model keseluruhan memenuhi kriteria *model fit*.

Pengujian hipotesis ini adalah dengan menganalisis nilai *Critical Ratio (CR)* dan nilai *Probability (P)* hasil olah data, dibandingkan dengan batasan statistik yang disyaratkan, yaitu diatas 1,96 untuk nilai *CR* dan dibawah 0.05 untuk nilai *P*. Berikut hasil uji hipotesis dalam penelitian ini :

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
gh3	<---	LK1	,545	,123	4,438	***	par_15
gh3	<---	MA2	,341	,087	3,906	***	par_16
PK4	<---	gh3	,759	,053	14,258	***	par_1
X11	<---	LK1	1,000				
X12	<---	LK1	1,017	,120	8,444	***	par_2
X13	<---	LK1	1,036	,120	8,596	***	par_3
X14	<---	LK1	1,112	,125	8,914	***	par_4
X15	<---	LK1	1,013	,160	6,336	***	par_5
X17	<---	LK1	1,041	,135	7,689	***	par_6
X25	<---	MA2	1,000				
X24	<---	MA2	,959	,173	5,541	***	par_7
X23	<---	MA2	,751	,110	6,846	***	par_8
X21	<---	MA2	,895	,175	5,121	***	par_9
Y4	<---	gh3	1,000				
Y3	<---	gh3	,867	,055	15,847	***	par_10

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y2	<---	gh3	,619	,055	11,317	***	par_11
Z1	<---	PK4	1,000				
Z3	<---	PK4	1,073	,066	16,158	***	par_12
Z4	<---	PK4	,896	,069	13,082	***	par_13
Z5	<---	PK4	,938	,064	14,671	***	par_14

Tabel 3 menunjukkan hasil pengujian terhadap hipotesis, yaitu “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup”, “Pengaruh *Mental Accounting* Terhadap Gaya Hidup Dan Gaya Hidup Memediasi Literasi Keuangan Dan *Mental Accounting* Terhadap Perilaku Keuangan”.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup

Temuan ini mengungkapkan hubungan antara literasi keuangan dan cara hidup seseorang. Akibatnya, “semakin rendah Literasi Keuangan, semakin rendah Gaya Hidup Seseorang”. Temuan penelitian Hastuti (2019) yang memperlihatkan jika literasi keuangan berpengaruh negatif namun signifikan terhadap gaya hidup, mendukung temuan penelitian ini. Hal ini juga ditemukan pada kasus Manik (2019) dan Oktavisari (2017) dalam penelitiannya. Literasi keuangan tidak berdampak pada perilaku konsumen, menurut penelitian Adibah Yahya (2021).

Pengaruh *Mental Accounting* terhadap Gaya Hidup

Mental Accounting dan cara hidup ditemukan memiliki efek satu sama lain. Akibatnya, semakin rendah standar hidup seseorang, semakin tinggi *mental accounting*. Sebagai alat pengendalian diri keuangan, *mental accounting* dapat digunakan untuk mencegah dana digunakan untuk konsumsi atau pengeluaran yang berlebihan karena dana telah dipisahkan ke dalam rekening-rekening tertentu. Menjaga dana agar tidak disalahgunakan untuk tujuan lain menjadi lebih sulit dengan ini. Penelitian Tri Wulandari (2018) menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi pengendalian diri, hal ini sejalan dengan temuan penelitian ini.

Gaya Hidup memediasi Literasi Keuangan dan *Mental Accounting* terhadap Perilaku Keuangan

Gaya hidup ditemukan menjadi mediator yang signifikan antara *mental accounting* dan perilaku keuangan. Eva Oktavitasari (2017) berpendapat bahwa literasi keuangan sangat penting dalam mempengaruhi perilaku keuangan seseorang; literasi keuangan yang lebih baik mengarah pada konsumsi yang lebih sedikit. Perilaku keuangan seseorang meningkat dengan peningkatan akuntansi mental. Pada saat yang sama, literasi keuangan dan akuntansi mental seseorang dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang dengan memperhatikan gaya hidup seseorang. Dengan kata lain, literasi keuangan dan akuntansi mental memiliki dampak signifikan pada perilaku keuangan yang dimediasi gaya hidup.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis *Structural Equation Modeling* menunjukkan bahwa literasi keuangan generasi Z yang berada di Priangan Timur yaitu Sumedang, Garut, Tasikmalaya dan Ciamis mempengaruhi gaya hidup mereka dalam mengelola keuangan. Begitupun dengan *mental accounting* yang dimiliki oleh generasi Z di Priangan Timur berpengaruh terhadap gaya hidup yang diterapkan sehari-hari. Sehingga gaya hidup yang diterapkan saat ini oleh generasi Z yang ada di Priangan Timur berpengaruh terhadap Perilaku keuangan pada generasi Z saat ini.

Diharapkan sampel penelitian berdasarkan usia dan pendapatan akan ditambahkan untuk penelitian masa depan agar lebih adil dan proporsional. Menambahkan variabel pengalaman dan pencapaian pendidikan juga dianjurkan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi mental accounting adalah latar belakang pendidikan seseorang. Keputusan seseorang dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya, yang memungkinkan mereka mendapat pengetahuan dan pemahaman dalam bentuk sikap dan kemampuan. Dharma (1997: 326) mengemukakan dalam Maria dan Ratna (2011) bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, maka akan diikuti dengan semakin banyaknya wawasan dan keilmuannya yang dapat memperlihatkan kemampuan pengambilan keputusan seseorang.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Gima Sugiana. (2008). Metode Riset Bisnis dan Manajemen. Bandung: Guardaya Intimarta
- Astuti, R., Tanjung, H., & Puteri, L. P. (2019). The Effect of Financial Literation on Online Shopping Interest in Millennials. *International Journal Of Accounting & Finance in Asia Pasific (IJAFAP)*, 2(3), 41–45.
- Agrawal, Amol. (2008). Economic Reserach: The Need for Financial Inclusion with an Indian Perspective. *IDBI Gilts Paper*: Mumbai, India.
- Allen, Franklin., Kunt, Asli Demirguc., Klapper, Leora., Martinez Peria, Maria Soledad. (2012). The Foundation of Financial Inclusion, Understanding Ownership and Use of Formal Account. Policy Research Working Paper No. 6290
- Andrew, Vincentius dan Linawati, Nanik. (2014). Hubungan Faktor Demografi dan Pengetahuan Keuangan dengan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta di Surabaya. *Jurnal Finesta* Vol. 02 No. 02, 35-39. Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Ardiani I. S. (2011). Personality Traits sebagai Penentu Perencanaan Keuangan Keluarga (Suatu Kajian Pustaka). *Jurnal Pengembangan Humaniora*. Vol. 11, No. 2, 118-126.
- Chakravarty, Satya R. dan Rupayan Pal. (2010). Measuring Financial Inclusion: An Axiomatic Approach. Laporan Hasil Penelitian Indira Gandhi Institute of Development Research (IGIDR). Mumbai India
- Ferdinand, A. (2002). Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen Edisi 2 Seri Pustaka Kunci 03. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gutter, M., Hayoe, C., dan Devaney, S. A. (2008). Economic and Psychological Determinants of Saving Behavior: A Conceptual Model. *Consumer Interests Annual*, Vol, 54, 197-198.
- Hair J.F. et.al (1995). *Multivariate Data Analysis With Reading*. Fourth Edition. Prentice Hall College. New Jersey.
- Ida dan Dwinta Cinthia Yohana. (2010). Pengaruh Locus of Control, Financial Knowledge, Income terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 12, No. 3, 131-144.
- Irfani, F (2016). Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Indeks Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Personal Masyarakat di Wilayah Kabupaten Sleman.
- Kivetz, Ran. (1999). Advances in Research on Mental Accounting and Reason-Based Choice. *Marketing Letters*, Volume 10 No.3. Halaman 249-266.
- Lusardi, A dan Mitchell, O. (2007). Financial Literacy and Retirement Planning: New Evidence from the Rand American Life Panel. MRRC Working Paper 157, 1 – 33.
- Lusardi, A. (2008). Household Saving Behavior: The Role of Saving Literacy, Information and Financial Education Programs. Implikastion of Behavioral Economic for Economics Policy. NBER Working Paper No. 13824.
- Manik, Y. M., & Dalimunthe, M. B. (2019). Literasi Keuangan dan Pengaruhnya Terhadap Hedonisme Mahasiswa. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 66–76

- Naila, A (2013). Studi Financial Behavior pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*. Volume 3, No. 1, May 2013, halaman 69 – 80
- Orton, L. (2007). *Financial Literacy: Lesson From International Experience*. CPRN Research Report, 1-63.
- Sanjaya, I Made dan Nursechafia. (2016). Inklusi Keuangan Dan Pertumbuhan Inklusif: Analisis Antar Provinsi Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan* Vol. 18, No. 3.
- Sarma, Mandira. (2012). *Index of Financial Inclusion – A measure of financial sector inclusiveness*. Berlin Working Papers on Money, Finance, Trade and Development
- Setiawan, Moh., Agung. (2015). Analisis Keterkaitan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Personal Masyarakat Di Wilayah Kota Dan Kabupaten Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* Vol 3. No 2. Universitas Brawijaya. Malang.
- Suliyanto, (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.Yogyakarta
- Thaler, Richard,H. (1999). *Mental Accounting Matters*. *Journal of Behavioral Decision Making* Volume 12, Halaman 183-206.
- Wulandari, Tri. (2018) Pengaruh Konseling Individual Teknik Self Control Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Pada Siswa. *Jurnal Psikologi Konseling* Vol. 12 No.1 halaman 173-184.
- Yahya, Adibah. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* Vol 23. No. 1 halaman 38-50.