EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.6, No.1, November 2026

Pengaruh Belanja Online dan Literasi Keuangan terhadap Perencanaan Keuangan Pribadi Mahasiswa

Crisnela Parinding[1], Surya Anggraeni Sayitno[2]
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar
E-mail : crisnelaparinding@gmail.com [1], suryaanggraeni19@gmail.com [2]

Article History:
Received: 06 Oktober 2026
Revised: 28 Oktober 2026
Accepted: 02 November 2026

Keywords: *Belanja Online, Literasi Keuangan, Perencanaan Keuangan Pribadi, Mahasiswa*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh belanja online dan literasi keuangan terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan software SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belanja online berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan keuangan pribadi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,413 dan signifikansi < 0,001. Literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan keuangan pribadi dengan koefisien regresi sebesar 0,548 dan signifikansi < 0,001. Secara simultan, belanja online dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perencanaan keuangan pribadi dengan nilai F hitung sebesar 44,753 dan signifikansi < 0,001. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,480 menunjukkan bahwa kedua variabel bebas mampu menjelaskan 48,0% variasi perencanaan keuangan pribadi, sedangkan 52,0% lainnya berkaitan dengan faktor lain di luar model penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas belanja online dan tingkat literasi keuangan memiliki keterkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam merencanakan keuangan pribadi.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola konsumsi masyarakat Indonesia secara mendasar, terutama melalui hadirnya platform perdagangan elektronik. Aktivitas membeli barang yang sebelumnya menuntut kehadiran fisik di toko kini dapat dilakukan kapan saja melalui perangkat telepon pintar. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2025) menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 229,43 juta jiwa dengan tingkat

penetrasi 80,66 persen, dan platform belanja daring menjadi salah satu layanan yang paling banyak diakses. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa belanja online telah menjadi bagian dari aktivitas keseharian masyarakat, termasuk kalangan mahasiswa.

Mahasiswa merupakan kelompok yang memiliki tingkat keterpaparan tinggi terhadap layanan belanja daring. Kelompok ini umumnya memiliki keakraban yang baik dengan teknologi digital, memiliki waktu luang untuk menjelajahi aplikasi, serta mudah terpapar promosi berupa potongan harga, gratis ongkos kirim, dan penawaran waktu terbatas. Kemudahan tersebut memberikan manfaat berupa efisiensi waktu dan keleluasaan memilih produk, tetapi pada saat yang sama dapat mendorong pengeluaran yang tidak direncanakan. Dwikurnaningsih dkk. (2021) menemukan bahwa media *online shop* pada Instagram berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Putri dkk. (2025) juga menunjukkan bahwa *e-commerce* berkaitan dengan perilaku konsumtif penggunanya.

Pada sisi lain, mahasiswa umumnya masih berada pada tahap ketergantungan finansial terhadap orang tua dengan sumber pendapatan yang terbatas dan cenderung tetap setiap bulan. Ketika pendapatan yang terbatas berhadapan dengan kemudahan bertransaksi yang nyaris tanpa hambatan, kemampuan menyusun rencana keuangan menjadi hal yang menentukan. Perencanaan keuangan pribadi berkaitan dengan proses menetapkan tujuan keuangan, menyusun anggaran, mengalokasikan pendapatan, mengendalikan pengeluaran, serta menyiapkan tabungan dan dana darurat. Laili (2022) menjelaskan bahwa perencanaan keuangan pribadi merupakan proses pengaturan keuangan individu untuk mencapai kepuasan ekonomi dan tujuan keuangan yang telah ditetapkan.

Faktor lain yang berkaitan erat dengan perencanaan keuangan adalah literasi keuangan. Literasi keuangan mencerminkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu dalam memahami produk serta konsep keuangan dan menggunakannya untuk mengambil keputusan keuangan. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2025 yang dilaksanakan Otoritas Jasa Keuangan dan Badan Pusat Statistik (2025) menunjukkan indeks literasi keuangan nasional sebesar 66,46 persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 80,51 persen. Angka tersebut memperlihatkan bahwa tingkat pemanfaatan produk keuangan masyarakat masih lebih tinggi dibandingkan tingkat pemahamannya, sehingga terdapat kesenjangan antara akses dan pengetahuan.

Beberapa penelitian terdahulu telah menguji keterkaitan antara variabel-variabel tersebut. Rifdani dan Cerya (2022) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Laili (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan, pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan kesadaran keuangan berpengaruh positif terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa. Mardianto dkk. (2024) juga memperlihatkan keterkaitan literasi keuangan dengan perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan menjadi dasar penting bagi individu dalam menyusun rencana keuangannya.

Penelitian yang secara langsung mempertemukan belanja online dan literasi keuangan juga telah dilakukan. Lutfiana dkk. (2025) menemukan bahwa belanja *online*, gaya hidup, sikap keuangan, dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa Gen Z. Fadhilah dan Abadi (2023) mengkaji penggunaan aplikasi belanja *online*, gaya hidup, dan literasi keuangan dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, Sofiyanti dkk. (2022) menemukan adanya hubungan antara literasi keuangan dan keputusan belanja mahasiswa. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa aktivitas belanja daring dan tingkat pemahaman keuangan merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam

menjelaskan kualitas keuangan individu.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih menempatkan perilaku konsumtif, perilaku keuangan, atau manajemen keuangan secara umum sebagai variabel terikat. Kajian yang secara khusus menjadikan perencanaan keuangan pribadi sebagai variabel terikat dengan belanja online sebagai salah satu variabel bebas masih terbatas. Padahal, perencanaan keuangan merupakan tahap awal yang menentukan keberhasilan pengelolaan keuangan secara keseluruhan. Selain itu, penelitian terdahulu sebagian besar dilakukan pada mahasiswa di Pulau Jawa dan Sumatera, sehingga masih terbuka ruang untuk meneliti mahasiswa di kawasan Indonesia Timur.

Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar menjadi objek yang relevan untuk diteliti. Kelompok ini secara akademik telah memperoleh mata kuliah yang berkaitan dengan pencatatan, penganggaran, dan analisis keuangan, sehingga secara teoretis memiliki bekal pengetahuan keuangan yang lebih memadai dibandingkan mahasiswa program studi lain. Pertanyaan yang muncul adalah apakah bekal pengetahuan tersebut benar-benar tercermin dalam praktik perencanaan keuangan pribadi mereka ketika berhadapan dengan kemudahan belanja online. Makassar sendiri merupakan pusat kegiatan ekonomi dan pendidikan di kawasan Indonesia Timur dengan tingkat adopsi layanan digital yang terus meningkat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh belanja online dan literasi keuangan terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar, baik secara parsial maupun simultan. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai perencanaan keuangan pribadi dengan memasukkan belanja online sebagai variabel bebas. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam mengendalikan aktivitas belanja daring serta bagi institusi pendidikan dalam merancang program edukasi keuangan yang lebih tepat sasaran.

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa perilaku individu dibentuk oleh niat, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Dalam konteks penelitian ini, keputusan mahasiswa untuk menyusun dan menjalankan rencana keuangan dapat dipahami sebagai perilaku yang terbentuk dari sikap terhadap pentingnya perencanaan, pengaruh lingkungan sosial seperti keluarga dan teman sebaya, serta keyakinan mahasiswa atas kemampuannya mengendalikan pengeluaran. Pengetahuan yang diperoleh melalui literasi keuangan berkontribusi pada terbentuknya sikap dan kontrol perilaku yang positif, sedangkan paparan terhadap promosi dan tren belanja online dapat memengaruhi niat melalui norma subjektif. Kerangka teori ini digunakan untuk menjelaskan mengapa dua individu dengan tingkat pendapatan yang sama dapat menghasilkan kualitas perencanaan keuangan yang berbeda.

Belanja Online

Belanja online merupakan aktivitas pembelian barang atau jasa yang dilakukan melalui jaringan internet menggunakan platform *marketplace*, media sosial, maupun aplikasi toko daring. Karakteristik utama belanja online adalah ketersediaan layanan tanpa batasan waktu dan tempat, keragaman pilihan produk, kemudahan membandingkan harga, serta dukungan sistem pembayaran digital. Indikator yang umum digunakan untuk mengukur belanja online meliputi

frekuensi atau intensitas berbelanja, besaran pengeluaran, motivasi berbelanja, serta kemudahan akses dan daya tarik promosi. Penelitian Lutfiana dkk. (2025) menunjukkan bahwa belanja *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa. Dwikurnaningsih dkk. (2021) dan Putri dkk. (2025) menemukan bahwa aktivitas belanja daring berkaitan dengan meningkatnya perilaku konsumtif. Kusuma Dewi dkk. (2021) juga menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran digital berhubungan dengan perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu dalam memahami produk serta layanan keuangan dan menggunakannya untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat. Arianti (2021) menjelaskan bahwa literasi keuangan mencakup pemahaman atas konsep dasar keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung mampu membedakan kebutuhan dan keinginan, menyusun anggaran, serta mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari keputusan keuangannya. Rifdani dan Cerya (2022) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Gultom dkk. (2022) juga menunjukkan adanya dampak literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Diskhamarzaweny dkk. (2022) memperoleh temuan serupa pada mahasiswa Program Studi Akuntansi.

Perencanaan Keuangan Pribadi

Perencanaan keuangan pribadi merupakan proses menetapkan tujuan keuangan dan menyusun langkah-langkah untuk mencapainya melalui pengaturan pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi. Laili (2022) menjelaskan bahwa perencanaan keuangan pribadi bertujuan mencapai kepuasan ekonomi dan tujuan keuangan individu. Perencanaan keuangan yang baik ditunjukkan melalui kemampuan menetapkan sasaran keuangan, menyusun anggaran, mencatat dan mengendalikan pengeluaran, menyisihkan dana untuk tabungan dan kebutuhan darurat, serta melakukan evaluasi secara berkala. Bagi mahasiswa, perencanaan keuangan berperan penting karena sumber pendapatan yang terbatas menuntut alokasi yang cermat. Mardianto dkk. (2024) dan Pramedi dan Haryono (2021) menunjukkan bahwa pengetahuan serta sikap keuangan berkaitan dengan kualitas perilaku pengelolaan keuangan individu.

Pengembangan Hipotesis

Kemudahan bertransaksi melalui platform belanja daring memungkinkan mahasiswa melakukan pembelian secara cepat tanpa proses pertimbangan yang panjang. Paparan promosi yang terus-menerus dapat mendorong pengeluaran di luar anggaran yang telah disusun, sehingga berpotensi mengganggu rencana keuangan yang telah ditetapkan. Sebaliknya, mahasiswa yang mampu memanfaatkan fitur perbandingan harga secara bijak dapat menggunakan belanja online sebagai sarana efisiensi pengeluaran. Lutfiana dkk. (2025) menemukan bahwa belanja *online* berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H1 : Belanja online berpengaruh terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar.

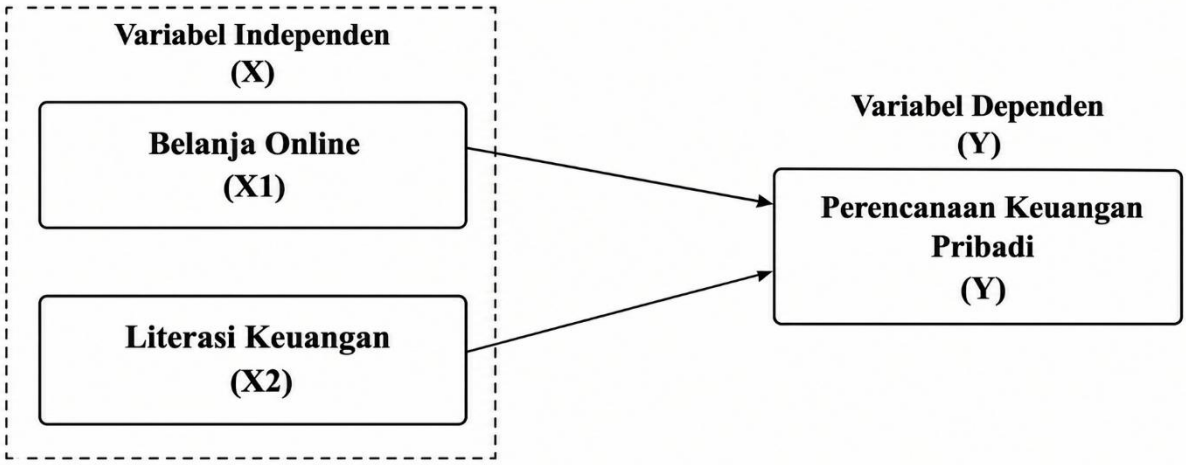
Literasi keuangan memberikan dasar pengetahuan bagi mahasiswa untuk menetapkan tujuan keuangan, menyusun anggaran, serta menilai risiko dari setiap keputusan keuangan. Semakin baik pemahaman keuangan yang dimiliki, semakin besar kemungkinan mahasiswa menyusun rencana keuangan secara terstruktur. Laili (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa, sedangkan Rifdani dan Cerya (2022) menemukan pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap perilaku

pengelolaan keuangan pribadi. Oleh karena itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H2 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar.

Belanja online dan literasi keuangan tidak bekerja secara terpisah dalam kehidupan keuangan mahasiswa. Intensitas belanja daring yang tinggi dapat diimbangi oleh pemahaman keuangan yang memadai, sementara literasi keuangan yang rendah dapat memperbesar dampak negatif dari kemudahan berbelanja. Lutfiana dkk. (2025) menemukan bahwa belanja *online* dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H3 : Belanja online dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis Penelitian

H1 : Belanja online berpengaruh terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar.

H2 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar.

H3 : Belanja online dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data penelitian berupa angka yang diperoleh dari jawaban responden atas instrumen kuesioner dan dianalisis menggunakan prosedur statistik. Penelitian asosiatif kausal digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu belanja online dan literasi keuangan, terhadap variabel terikat, yaitu perencanaan keuangan pribadi. Data yang

digunakan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden, dilengkapi data sekunder berupa jurnal, buku, dan publikasi resmi yang relevan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti. Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi: (1) mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar; (2) telah menempuh minimal dua semester perkuliahan sehingga telah memperoleh mata kuliah dasar akuntansi dan keuangan; serta (3) pernah melakukan transaksi belanja online minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir. Jumlah sampel ditetapkan minimal 100 responden agar memenuhi kecukupan data untuk analisis regresi linear berganda. Apabila jumlah populasi diketahui secara pasti, penentuan ukuran sampel dapat dihitung menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5 persen.

Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas, yaitu belanja online (X1) dan literasi keuangan (X2), serta satu variabel terikat, yaitu perencanaan keuangan pribadi (Y). Variabel belanja online diukur melalui indikator frekuensi atau intensitas berbelanja, jumlah pengeluaran, motivasi berbelanja, serta kemudahan akses dan promosi platform. Variabel literasi keuangan diukur melalui indikator pengetahuan umum keuangan, pengetahuan tabungan dan pinjaman, pengetahuan asuransi, dan pengetahuan investasi. Variabel perencanaan keuangan pribadi diukur melalui indikator penetapan tujuan keuangan, penyusunan anggaran, pengendalian dan pencatatan pengeluaran, perencanaan tabungan dan dana darurat, serta evaluasi rencana keuangan. Seluruh indikator diadaptasi dari penelitian terdahulu yang relevan sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi/Indikator	Skala	Sumber
Belanja Online (X1)	1. Frekuensi/intensitas belanja online 2. Jumlah pengeluaran belanja online 3. Motivasi dan dorongan berbelanja 4. Kemudahan akses dan promosi platform	Likert 1–5	Lutfiana dkk. (2025); Fadhilah & Abadi (2023); Putri dkk. (2025)
Literasi Keuangan (X2)	1. Pengetahuan umum keuangan 2. Pengetahuan tabungan dan pinjaman 3. Pengetahuan asuransi 4. Pengetahuan investasi	Likert 1–5	Arianti (2021); Rifdani & Cerya (2022); Gultom dkk. (2022)
Perencanaan Keuangan Pribadi (Y)	1. Penetapan tujuan keuangan 2. Penyusunan anggaran pendapatan dan pengeluaran 3. Pengendalian dan pencatatan pengeluaran 4. Perencanaan tabungan dan dana darurat 5. Evaluasi rencana keuangan	Likert 1–5	Laili (2022); Mardianto dkk. (2024); Diskhamarzaweny dkk. (2022)

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan bantuan Google Form. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data mengenai belanja online, literasi keuangan, dan perencanaan keuangan pribadi mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar. Kuesioner terdiri atas bagian identitas responden dan bagian pernyataan untuk setiap variabel penelitian. Setiap item pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin sebagai berikut.

Tabel 2. Skala Pengukuran Likert

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis menggunakan bantuan *software* statistik SPSS. Analisis diawali dengan uji validitas menggunakan korelasi *Pearson product moment* untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian, dengan kriteria item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien lebih besar dari 0,60. Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban responden pada setiap variabel.

Tahap berikutnya adalah uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, serta uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi syarat sebelum pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan model persamaan sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Perencanaan Keuangan Pribadi
a = Konstanta
X_1 = Belanja Online
X_2 = Literasi Keuangan
b_1, b_2 = Koefisien regresi
e = *Error term*

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan pengujian secara simultan dilakukan menggunakan uji F. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Selanjutnya dilakukan analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi belanja online dan literasi keuangan dalam menjelaskan variasi perencanaan keuangan pribadi mahasiswa. Penelitian ini didukung oleh temuan Lutfiana dkk. (2025) yang menunjukkan pengaruh belanja *online* dan literasi keuangan terhadap manajemen keuangan mahasiswa, serta Laili (2022) yang

menunjukkan pengaruh literasi keuangan terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa. Temuan tersebut menjadi dasar dalam pengujian hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarkan kepada mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar. Kuesioner yang terkumpul berjumlah 100 dan seluruhnya dapat diolah, sehingga jumlah sampel memenuhi batas minimal yang ditetapkan pada bagian metode penelitian. Seluruh responden menyatakan pernah melakukan transaksi belanja *online* dalam tiga bulan terakhir sehingga seluruhnya memenuhi kriteria sampel. Karakteristik responden disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	45	45,0%
Perempuan	55	55,0%
Total	100	100,0%

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 3, responden perempuan berjumlah 55 orang (55,0%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 45 orang (45,0%). Dengan demikian, responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Semester	Jumlah	Persentase
Semester 3	33	33,0%
Semester 5	28	28,0%
Semester 7	39	39,0%
Total	100	100,0%

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4, responden semester 3 berjumlah 33 orang (33,0%), semester 5 sebanyak 28 orang (28,0%), dan semester 7 sebanyak 39 orang (39,0%). Responden terbanyak berasal dari semester 7, sedangkan responden paling sedikit berasal dari semester 5. Responden berasal dari semester 3, 5, dan 7 karena pengumpulan data dilakukan pada semester ganjil, sehingga mahasiswa yang berstatus aktif berada pada semester ganjil. Mahasiswa semester 1 tidak dilibatkan karena belum memenuhi kriteria menempuh minimal dua semester perkuliahan.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan mengorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan skor total variabel menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dan taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1966. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel*.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Belanja *Online* (X1)

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,742	0,1966	Valid
X1.2	0,819	0,1966	Valid
X1.3	0,834	0,1966	Valid

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.4	0,799	0,1966	Valid
X1.5	0,794	0,1966	Valid
X1.6	0,826	0,1966	Valid
X1.7	0,866	0,1966	Valid
X1.8	0,812	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas, seluruh 8 butir pernyataan pada variabel belanja *online* (X1) memiliki nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel* sebesar 0,1966. Nilai *r hitung* berkisar antara 0,742 sampai 0,866. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan variabel belanja *online* dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X2)

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,867	0,1966	Valid
X2.2	0,778	0,1966	Valid
X2.3	0,815	0,1966	Valid
X2.4	0,782	0,1966	Valid
X2.5	0,748	0,1966	Valid
X2.6	0,792	0,1966	Valid
X2.7	0,785	0,1966	Valid
X2.8	0,840	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas, seluruh 8 butir pernyataan pada variabel literasi keuangan (X2) memiliki nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel* sebesar 0,1966. Nilai *r hitung* berada pada rentang 0,748 sampai 0,867. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan variabel literasi keuangan dinyatakan valid dan dapat digunakan pada analisis berikutnya.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Perencanaan Keuangan Pribadi (Y)

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,750	0,1966	Valid
Y.2	0,757	0,1966	Valid
Y.3	0,751	0,1966	Valid
Y.4	0,765	0,1966	Valid
Y.5	0,717	0,1966	Valid
Y.6	0,727	0,1966	Valid
Y.7	0,776	0,1966	Valid
Y.8	0,753	0,1966	Valid
Y.9	0,794	0,1966	Valid
Y.10	0,828	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas, seluruh 10 butir pernyataan pada variabel perencanaan keuangan pribadi (Y) memiliki nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel* sebesar 0,1966. Nilai *r hitung* berkisar antara 0,717 sampai 0,828. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan variabel

perencanaan keuangan pribadi dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah butir	Cronbach's Alpha	Keterangan
Belanja Online (X1)	8	0,926	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	8	0,920	Reliabel
Perencanaan Keuangan Pribadi (Y)	10	0,919	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Uji reliabilitas dilakukan dengan koefisien *Cronbach's Alpha*. Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 8, koefisien untuk ketiga variabel berada di atas batas 0,60, yaitu 0,926 untuk belanja *online*, 0,920 untuk literasi keuangan, dan 0,919 untuk perencanaan keuangan pribadi. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat baik sehingga jawaban responden dapat dipercaya.

Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tingkat masing-masing variabel berdasarkan jawaban responden. Ringkasan statistik disajikan pada Tabel 9. Rata-rata skor belanja *online* sebesar 29,04 dari rentang teoretis 8 sampai 40, atau 3,63 per butir. Rata-rata skor literasi keuangan sebesar 28,67 dari rentang teoretis 8 sampai 40, atau 3,58 per butir. Adapun rata-rata skor perencanaan keuangan pribadi sebesar 35,68 dari rentang teoretis 10 sampai 50, atau 3,57 per butir.

Tabel 9. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Maks	Rata-rata	Simpang an baku	Rata-rata per butir
Belanja Online (X1)	100	13	40	29,04	6,20	3,63
Literasi Keuangan (X2)	100	15	40	28,67	5,94	3,58
Perencanaan Keuangan Pribadi (Y)	100	19	50	35,68	6,86	3,57

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Untuk melihat sebaran tingkat masing-masing variabel, skor total dikelompokkan ke dalam tiga kategori dengan interval yang sama dari rentang skor teoretis. Pada variabel belanja *online* dan literasi keuangan, skor 8 sampai 18 termasuk kategori rendah, 19 sampai 29 kategori sedang, dan 30 sampai 40 kategori tinggi. Pada variabel perencanaan keuangan pribadi, skor 10 sampai 23 termasuk kategori rendah, 24 sampai 36 kategori sedang, dan 37 sampai 50 kategori tinggi. Distribusi responden pada Tabel 10 menunjukkan bahwa rata-rata ketiga variabel berada pada kategori sedang dan mendekati batas kategori tinggi. Sebanyak 51 responden (51 persen) memiliki tingkat belanja *online* yang tinggi, 48 responden (48 persen) memiliki literasi keuangan yang tinggi, dan 47 responden (47 persen) memiliki perencanaan keuangan pribadi yang tinggi. Responden pada kategori rendah relatif sedikit pada ketiga variabel.

Tabel 10. Distribusi Responden Menurut Kategori Skor

Variabel	Rendah	Sedang	Tinggi
Belanja Online (X1)	7 (7%)	42 (42%)	51 (51%)
Literasi Keuangan (X2)	3 (3%)	49 (49%)	48 (48%)
Perencanaan Keuangan Pribadi (Y)	6 (6%)	47 (47%)	47 (47%)

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Pada tingkat butir, rata-rata tertinggi variabel belanja *online* terdapat pada butir X1.3

(3,80) dan terendah pada butir X1.2 (3,41). Pada variabel literasi keuangan, rata-rata tertinggi terdapat pada butir X2.5 (3,85) dan terendah pada butir X2.7 (3,43). Pada variabel perencanaan keuangan pribadi, rata-rata tertinggi terdapat pada butir Y.1 (3,70) dan terendah pada butir Y.3 (3,40). Selisih antarbutir yang kecil menunjukkan bahwa jawaban responden relatif merata pada seluruh aspek yang diukur.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dilakukan terhadap residual model regresi menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil pada Tabel 11 menunjukkan nilai statistik uji sebesar 0,086 dengan signifikansi 0,066. Karena signifikansi lebih besar dari 0,05, residual berdistribusi normal.

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Unstandardized residual	N	Statistik uji	Signifikansi
Kolmogorov-Smirnov	100	0,086	0,066

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Tabel 12 menunjukkan bahwa kedua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,894 dan VIF sebesar 1,119. Nilai *tolerance* tersebut lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas antara belanja *online* dan literasi keuangan.

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel bebas	Tolerance	VIF
Belanja Online (X1)	0,894	1,119
Literasi Keuangan (X2)	0,894	1,119

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser, yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Tabel 13 memperlihatkan bahwa signifikansi belanja *online* sebesar 0,439 dan signifikansi literasi keuangan sebesar 0,610. Keduanya lebih besar dari 0,05, sehingga model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya ketiga asumsi tersebut, model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Variabel bebas	t hitung	Signifikansi
Belanja Online (X1)	0,777	0,439
Literasi Keuangan (X2)	-0,511	0,610

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 14. Berdasarkan hasil tersebut, persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut.

$$Y = 7{,}968 + 0{,}413X_1 + 0{,}548X_2 + e$$

Tabel 14. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Standar error	Beta	t hitung	Signifikansi
Konstanta	7,968	2,977	-	2,676	0,009
Belanja Online (X1)	0,413	0,086	0,374	4,822	< 0,001
Literasi Keuangan (X2)	0,548	0,090	0,474	6,121	< 0,001

Sumber: Data primer yang diolah (2026).

Konstanta sebesar 7,968 menunjukkan bahwa apabila belanja *online* dan literasi keuangan bernilai nol, skor perencanaan keuangan pribadi diperkirakan sebesar 7,968. Koefisien regresi

belanja *online* sebesar 0,413 bertanda positif, artinya setiap kenaikan satu poin skor belanja *online* diikuti kenaikan skor perencanaan keuangan pribadi sebesar 0,413 poin dengan asumsi literasi keuangan tetap. Koefisien regresi literasi keuangan sebesar 0,548 juga bertanda positif, artinya setiap kenaikan satu poin skor literasi keuangan diikuti kenaikan skor perencanaan keuangan pribadi sebesar 0,548 poin dengan asumsi belanja *online* tetap. Nilai koefisien terstandar (Beta) literasi keuangan (0,474) lebih besar daripada belanja *online* (0,374), sehingga literasi keuangan memiliki pengaruh relatif yang lebih kuat.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian secara parsial (uji t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5 persen dan derajat kebebasan 97, sehingga diperoleh t tabel sebesar 1,985. Pada Tabel 14, belanja *online* memiliki t hitung 4,822 dengan signifikansi < 0,001, sedangkan literasi keuangan memiliki t hitung 6,121 dengan signifikansi < 0,001. Kedua nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan kedua signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H1 dan H2 diterima. Pengujian secara simultan (uji F) disajikan pada Tabel 15. Nilai F hitung sebesar 44,753 dengan signifikansi < 0,001, lebih besar dari F tabel sebesar 3,090 pada derajat kebebasan 2 dan 97. Dengan demikian, H3 diterima, yang berarti belanja *online* dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perencanaan keuangan pribadi.

Tabel 15. Hasil Uji F (ANOVA)

Sumber variasi	Jumlah kuadrat	df	Rata-rata kuadrat	F hitung	Signifikansi
Regresi	2235,30	2	1117,65	44,753	< 0,001
Residual	2422,46	97	24,97		
Total	4657,76	99			

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Koefisien determinasi disajikan pada Tabel 16. Nilai R sebesar 0,693 menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel bebas dan perencanaan keuangan pribadi. Nilai R^2 sebesar 0,480 berarti belanja *online* dan literasi keuangan secara bersama-sama menjelaskan 48,0 persen variasi perencanaan keuangan pribadi, sedangkan sisanya sebesar 52,0 persen dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai *adjusted* R^2 sebesar 0,469 menunjukkan bahwa kemampuan model tetap baik setelah memperhitungkan jumlah variabel bebas.

Tabel 16. Ringkasan Model dan Koefisien Determinasi

R	R^2	Adjusted R^2	Standar error estimasi
0,693	0,480	0,469	5,00

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Pembahasan

Pengaruh Belanja *Online* terhadap Perencanaan Keuangan Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa belanja *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa (B = 0,413; signifikansi < 0,001). Artinya, peningkatan skor belanja *online* dalam penelitian ini diikuti oleh peningkatan skor perencanaan keuangan pribadi. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Lutfiana dkk. (2025) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan belanja *online* terhadap manajemen keuangan mahasiswa Generasi Z. Temuan ini berbeda dengan beberapa penelitian yang mengaitkan aktivitas belanja *online* dengan perilaku konsumtif dan pengeluaran yang kurang terencana (Dwikurnaningsih dkk., 2021; Putri dkk., 2025). Perbedaan tersebut dapat terjadi

karena variabel yang digunakan memiliki fokus yang berbeda. Penelitian sebelumnya membahas perilaku konsumtif, sedangkan penelitian ini berfokus pada perencanaan keuangan pribadi.

Hubungan positif tersebut dapat dikaitkan dengan karakteristik transaksi *online* yang menyediakan catatan transaksi secara digital, kemudahan membandingkan harga, serta informasi mengenai jumlah pengeluaran. Kondisi tersebut dapat membantu mahasiswa memantau penggunaan uang dan mempertimbangkan pengeluaran yang akan dilakukan. Selain itu, responden penelitian merupakan mahasiswa Program Studi Akuntansi yang memperoleh pengetahuan mengenai pencatatan dan pengelolaan keuangan melalui proses perkuliahan. Pengetahuan tersebut dapat mendukung mahasiswa dalam menggunakan informasi transaksi untuk mengatur pengeluaran. Meskipun demikian, penjelasan tersebut merupakan interpretasi karena mekanisme tersebut tidak diukur secara langsung dalam penelitian. Hasil penelitian tidak dapat dimaknai bahwa semakin sering seseorang melakukan belanja *online* maka perencanaan keuangannya semakin baik, tetapi menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara kedua variabel yang diteliti.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perencanaan Keuangan Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa (B = 0,548; signifikansi < 0,001). Nilai *Standardized Beta* sebesar 0,474 juga lebih besar dibandingkan belanja *online* sebesar 0,374. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan kontribusi relatif lebih besar dalam model penelitian dibandingkan belanja *online*. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Laili (2022) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa. Hasil yang serupa juga ditemukan oleh Rifdani dan Cerya (2022), Gultom dkk. (2022), serta Diskhamarzaweny dkk. (2022) yang menunjukkan adanya hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa.

Literasi keuangan membantu mahasiswa memahami berbagai aspek pengelolaan keuangan, seperti tabungan, pinjaman, asuransi, dan investasi (Arianti, 2021). Pemahaman tersebut dapat membantu mahasiswa menentukan prioritas pengeluaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, menetapkan tujuan keuangan, serta mengalokasikan dana sesuai dengan kebutuhan. Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior*, pemahaman mengenai pengelolaan keuangan dapat mendukung terbentuknya sikap dan kontrol perilaku yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Dengan demikian, semakin baik literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, semakin baik pula kemampuan mereka dalam menyusun perencanaan keuangan pribadi.

Pengaruh Belanja *Online* dan Literasi Keuangan secara Simultan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa belanja *online* dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa (F = 44,753; signifikansi < 0,001). Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 48,0% variasi perencanaan keuangan pribadi, sedangkan 52,0% lainnya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Hasil ini sejalan dengan penelitian Lutfiana dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa belanja *online* dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap manajemen keuangan mahasiswa.

Hubungan antara belanja *online* dan literasi keuangan dalam penelitian ini tergolong rendah hingga sedang dengan nilai korelasi sebesar 0,326. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel bebas memiliki hubungan, tetapi tidak menunjukkan adanya hubungan yang terlalu kuat. Hasil pengujian juga menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas sehingga kedua variabel dapat digunakan secara bersama-sama dalam model penelitian. Sementara itu,

masih terdapat 52,0% variasi perencanaan keuangan pribadi yang berkaitan dengan faktor lain. Faktor tersebut dapat berupa gaya hidup, sikap keuangan, kontrol diri, pendapatan, maupun faktor lainnya yang belum diteliti. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel tambahan untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan perencanaan keuangan pribadi mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa belanja *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas belanja *online* memiliki hubungan dengan bagaimana mahasiswa mengatur dan merencanakan penggunaan keuangannya. Literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan keuangan pribadi, yang menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan dapat mendukung kemampuan mereka dalam merencanakan keuangan secara lebih baik. Selain itu, belanja *online* dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perencanaan keuangan pribadi mahasiswa. Dengan demikian, kedua variabel tersebut menjadi faktor yang berkaitan dengan perencanaan keuangan pribadi mahasiswa.

DAFTAR REFERENSI

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Arianti, B. F. (2021). Literasi keuangan (Teori dan implementasinya). CV. Pena Persada.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). Profil internet Indonesia 2025. APJII. https://apjii.or.id

Diskhamarzaweny, D., Irwan, M., & Dewi, D. K. (2022). Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam Kuantan Singingi. Jurnal Ekonomi Al-Khitmah, 4(1), 35–49. http://www.ejournal.uniks.ac.id/index.php/KHITMAH/article/view/2514

Dwikurnaningsih, Y., Irawan, S., & Dewi, M. P. (2021). Pengaruh online shop Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan, 4(2), 119–126. https://doi.org/10.30598/jbkt.v4i2.1456

Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh penggunaan aplikasi belanja online, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Journal of Business & Applied Management, 16(2), 141–156. https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293

Gultom, B. T., HS, S. R., & Siagian, L. (2022). Dampak literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 14(1), 135–145. https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i1.46896

Kusuma Dewi, L. G., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri. Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 5(1), 1–19. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669

Laili, D. A. N. (2022). Analisis faktor yang memengaruhi perencanaan keuangan pribadi mahasiswa. Jurnal Ilmu Manajemen, 10(2), 531–544. https://doi.org/10.26740/jim.v10n2.p531-544

Lutfiana, W., Ariesa, Y., Sinulingga, T. A., & Sudirman, A. (2025). Pengaruh belanja online, gaya hidup, sikap keuangan, dan literasi keuangan terhadap manajemen keuangan

mahasiswa Gen Z Universitas Prima Indonesia. Journal of Law, Administration, and Social Science, 5(2), 284–294. https://doi.org/10.54957/jolas.v5i2.1565

Mardianto, D., Afrianti, R., & Nanda, T. (2024). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen), 4(1), 23–27. https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v4i1.737

Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025. Otoritas Jasa Keuangan. https://ojk.go.id/id/Fungsi-Utama/Perilaku-Pelaku-Usaha-Jasa-Keuangan/SNLIK/Pages/SNLIK-2025.aspx

Pramedi, A. D., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh financial literacy, financial knowledge, financial attitude, income dan financial self efficacy terhadap financial management behavior entrepreneur lulusan perguruan tinggi di Surabaya. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(2), 572–586. https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p572-586

Putri, K. Z., Zahara, N., & Mulyeni, S. (2025). Pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumtif. MASMAN: Master Manajemen, 3(1), 1–10. https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.685

Rifdani, R., & Cerya, E. (2022). Bagaimana literasi keuangan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa pendidikan ekonomi? Jurnal Ecogen, 5(1), 102–113. https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i1.12779

Sofiyanti, V., Hafid, R., & Mahmud, M. (2022). Hubungan literasi keuangan terhadap keputusan belanja mahasiswa. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 16(2). https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i2.1046