

PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)

SKRIPSI



Oleh

AQIDATUL IZZA

NIM : 200501110032

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

**PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (S.M)



Oleh

AQIDATUL IZZA

NIM : 200501110032

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)**

SKRIPSI

Oleh

AQIDATUL IZZA

NIM : 200501110032

**Telah Disetujui Pada Tanggal 17 April 2024
Dosen Pembimbing,**



Mardiana, SE., MM

NIP. 197405192023212004

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)**

SKRIPSI

Oleh

**AQIDATUL IZZA
NIM : 200501110032**

**Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan
Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen (S.M.) Pada 30 April 2024**

Susunan Dewan Penguji:

- 1 Ketua Penguji
Muhammad Sulhan, SE, MM
NIP. 197406042006041002
- 2 Anggota Penguji
Drs. Agus Sucipto, SE., MM., CRA
NIP. 196708162003121001
- 3 Sekretaris Penguji
Mardiana, SE., MM
NIP. 197405192023212004

Tanda Tangan



**Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,**



**Muhammad Sulhan, SE, MM
NIP. 197406042006041002**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aqidatul Izza
NIM : 200501110032
Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang) adalah hasil karya saya sendiri, bukan "duplikat" dari karya orang lain.

Selanjutnya, apabila di kemudian hari ada "klain" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 20 Maret 2023

Hormat saya,



Aqidatul Izza

NIM. 200501110032

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT dan Nabi Agung Muhammad SWA yang selalu memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, dan kesabaran sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

Karya ilmiah ini, saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya yang telah mendidik dan selalu memberikan dukungan baik moral dan material. Saya juga ucapkan terimakasih kepada orang tua saya, karena telah memberikan yang terbaik untuk saya sehingga bisa sampai di titik ini.

Seluruh dosen Prodi Manajemen, terkhusus kepada pembimbing saya Ibu Mardiana,S.E, MM yang telah membimbing saya dari awal hingga akhir.

HALAMAN MOTTO

“ kamu tahu yang kamu mau, tapi allah tahu yang terbaik untukmu. Maka,
serahkan semua kepadanya.”

(Ustadzah Halimah Alaydrus)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayahnya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh *Financial Knowledge* Dan *Digital Payment* Terhadap *Financial Manajement Behavior* Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)”.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benerang yakni Ad – dinul Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan masukan – masukan pendapat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M.Zainuddin, M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Muhammad Sulhan, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Mardiana, S.E.,MM. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Ustadz Prof. Dr. KH. M Khudori Soleh, M.A, dan Ibu HJ. Erik Sabti Rahmawati, M.Ag, selaku pengasuh Pondok Pesantren Mahasiswi Al –Azkiya’ Merjosari Malang.
6. Bapak dan Ibu dosen Prodi Manajemen Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Bapak Ahwan, Ibu Sa’adatul Mar’ah, Kakak perempuanku dan Tak lupa adik – adikku serta seluruh keluarga besar yang senantiasa selalu memberikan do’a dan dukungan baik secara moral ataupun spriritual.
8. Teman – temanku dari Manajemen 2020 dan Seluruh teman – teman dari Pondok Pesantren Al –Azkiya’ yang telah memberikan dukung dalam melakukan penelitian ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan ini.

Malang, 19 Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAM JUDUL DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGATAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABTRAK	xv
ABSTRACK	xvi
تجريدي.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
1.5 Batasan Penelitian	16
BAB II	17
KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian terdahulu	17
2.2 Kajian Teoritis.....	36
2.2.1 <i>Behavior Finance Theory</i> (Teori Perilaku Keuangan)	36
2.2.2 <i>Theory Planned Of Behavior</i>	40
2.2.3 <i>Financial Management Behavior</i>	41
2.2.4 <i>Financial Knowledge</i>	44
2.2.5 <i>Digital Payment</i>	46
2.2.6 Perilaku Konsumtif	48
2.3 Kerangka Konseptual	51
2.4 Hipotesis.....	52

2.4.1 Pengaruh <i>finacial knowledge</i> terhadap <i>financial management behavior</i>	52
2.4.2 Pengaruh <i>digital payment</i> terhadap <i>financial management behavior</i>	53
2.4.3 Pengaruh <i>finacial knowledge</i> terhadap <i>financial management behavior</i> dengan perilaku konsumtif sebagai moderasi	54
2.4.4 Pengaruh <i>digital payment</i> terhadap <i>financial management behavior</i> dengan perilaku konsumtif sebagai moderasi	55
BAB III	57
METODE PENELITIAN	57
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	57
3.2 Lokasi Penelitian	57
3.3 Populasi dan Sampel	57
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	58
3.5 Data dan Jenis Data	59
3.6 Teknik Pengumpulan Data	60
3.7 Definisi Operasional Variabel	61
3.8 Teknik Analisis Data	63
BAB IV	67
HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Paparan Data Hasil Penelitian	67
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	67
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	68
4.2 Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian	71
4.2.1 Distribusi frekuensi variabel <i>Financiam Knowledge</i>	71
4.2.2 Distribusi frekuensi variabel <i>Digital Payment</i>	72
4.2.3 Distribusi frekuensi variabel <i>Financiam Management Behavior</i> ..	74
4.2.4 Distribusi frekuensi variabel Perilaku Konsumtif	75
4.3 Hasil Analisis Data Dengan Smartpls	76
4.3.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	76
4.3.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	82

4.3.3 Uji Hipotesis	83
4.3.4 Uji Hipotesis Moderasi	84
4.4 Pengujian Hipotesis	85
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
4.5.1 Pengaruh <i>finacial knowledge</i> terhadap <i>financial management behavior</i>	87
4.5.2 Pengaruh <i>digital payment</i> terhadap <i>financial management behavior</i>	92
4.5.3 Pengaruh <i>finacial knowledge</i> terhadap <i>financial management behavior</i> dengan perilaku konsumtif sebagai moderasi	96
4.5.4 Pengaruh <i>digital payment</i> terhadap <i>financial management behavior</i> dengan perilaku konsumtif sebagai moderasi	100
BAB V.....	103
PENUTUP.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2.2 Persamann dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Kriteria Sampel	58
Tabel 3.2 Jumlah Fakultas dan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.....	58
Tabel 3.3 Skala Likert	61
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel.....	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun Perkuliahan 2023/2024.....	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku	70
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Financial Knowledge</i>	71
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Digital Payment</i>	72
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Financial Management Behavior</i>	74
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif	75
Tabel 4.9 <i>Outer Loading</i>	77
Tabel 4.10 Fornell-LackerCriterion	79
Tabel 4.11 Cross Loading	80
Tabel 4.12 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	81
Tabel 4.13 <i>Cronbach Alpa dan Cposite Realibility</i>	82
Tabel 4.14 <i>R-Square</i>	82
Tabel 4.15 <i>Path Coefficient (Bootsrapping)</i>	83
Tabel 4.16 Uji Pengaruh Moderasi.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Generasi Z Di Indonesia Tahun 2020.....	1
Gambar 1.2 Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia 2019	5
Gambar 1.3 Indeks Penggunaan <i>Digital Payment</i> Pada Generasi Z.....	9
Gambar 1.4 Tempat Generasi Z Melakukan Belanja	9
Gambar 1.5 Tempat Generasi Z Mencari Informasi Sebelum Melakukan Belanja	10
Gambar 2.1 Teori <i>Behavior Finance</i>	37
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner	113
Lampiran 2 : Data Responden	117
Lampiran 3 : Hasil Olah Data	156
Lampiran 4 : Hasil Plagiasi.....	159
Lampiran 5 : Data Diri Penulis	160
Lampiran 6 : Bukti Konsultasi.....	162

ABSTRAK

Aqidatul Izza. 2024, SKRIPSI. Judul: Pengaruh *Financial Knowledge* Dan *Digital Payment* Terhadap *Financial Management Behavior* Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)

Pembimbing : Mardiana, SE., MM.

Kata Kunci : *financial knowledge*, *digital payment*, *financial management behavior*, dan perilaku konsumtif

Mahasiswa yang terlahir pada tahun 1997 – 2012 merupakan tergolong pada generasi Z. Generasi Z ini terlahir pada saat teknologi – teknologi telah tersedia dan berkembang dengan pesat. Dengan perkembangan teknologi, hal ini dapat memberikan perubahan bagi generasi Z, mulai dari perilaku, sikap dan gaya hidup yang lebih mengarah pada *digital*. Mahasiswa yang merupakan generasi Z saat ini telah memasuki fase dewasa. Dalam fase ini, mahasiswa telah diberikan kebebasan untuk mengelola keuangan pribadinya secara mandiri sehingga dapat memunculkan permasalahan – permasalahan dalam mengelola keuangannya. Pada era digitalisasi saat ini, perkembangan *financial teknologi* semakin canggih dan praktis terutama *digital payment*. Generasi Z rata – rata dalam melakukan pembelian barang melalui *e-commerce*. Maraknya belanja *online* dengan pembayaran secara online saat ini dapat membawa generasi Z masuk kedalam budaya konsumerisme. Dimana setiap individu menjadi konsumtif dalam belanja secara online. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung variabel *financial knowledge* dan *digital payment* terhadap *financial management behavior* dan untuk mengetahui pengaruh *financial knowledge* dan *digital payment* terhadap *financial management behavior* yang dimoderasi perilaku konsumtif.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Yang dilakukan terhadap 391 mahasiswa UIN Maliki Malang. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan secara online melalui Google Form dan data yang didapatkan diolah menggunakan smartPLS 4.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian ini membuktikan bahwa pengetahuan keuangan dan *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan dan perilaku konsumtif tidak dapat memoderasi variabel pengetahuan keuangan dan *digital payment* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

ABSTRCAK

Aqidatul Izza. 2024, SKRIPSI. Title: The Impact of Financial Knowledge and Digital Payment on Financial Management Behavior with Consumer Behaviour as a Variable Moderation (Study on Students of Islamic State University Maulana Malik Ibrahim Malang)

Pembimbing : Mardiana, SE., MM.

Kata Kunci : financial knowledge, digital payment, financial management behavior, and consumer behavior

The students who were born in 1997-2012 belonged to the Z generation. Generation Z was born at a time when technology was available and developed rapidly. With the advancement of technology, it can bring about a change for the generation Z, starting with behavior, attitudes and lifestyles that are more digital. Students who are the current generation Z have entered the adult phase. In this phase, students have been given the freedom to manage their personal finances independently so that problems can arise in managing their finances. In today's era of digitalization, the development of financial technology is becoming more sophisticated and practical, especially digital payments. Generation Z is the average person buying goods through e-commerce. So online shopping with online payments today can bring Generation Z into the culture of consumerism. Where every individual becomes consumer in online shopping. The aim of this research is to find out the direct influence of financial knowledge and digital payment variables on financial management behavior and to know the impact of financial know-how and digital payments on moderated consumer behaviors in financial management.

This research is quantitative research with an associative approach. That was done against 391 students of Uin Maliki Malang. In the data collection, this study uses a questionnaire distributed online through Google Form and the data obtained is processed using smartPLS 4.0.

The results of this study show that this study demonstrates that financial knowledge and digital payments have a positive and significant influence on financial management behaviour and consumer behavior cannot moderate the financial knowledge variables and digital payment on student financial management conduct.

تجريدي

عقيدة العز. 2024، أطروحة عنوان: تأثير المعرفة المالية والمالية الرقمية على سلوك الإدارة المالية مع السلوك المستهلك كحد أقصى (دراسة للطلاب الجامعيين الإسلاميين في دولة مالانا مالك إبراهيم مالاغ)
العشيف: مارديعنا MM.,SE
كلمات مفتاحية: المعرفة المالية، الدفع الرقمي، الإدارة المالية، وممارسة الممارسة المالية، وعادات المستهلكين

الطلب من مواليد 1997 - 2012 ينتمون إلى الجيل Z. عندما كانت التكنولوجيا متاحة وُلد الجيل وتتطور بسرعة. ومع التطورات التكنولوجية، يمكن أن يوفر يمكن أن يوفر Z ، بدءًا من السلوك والمواقف وأنماط الحياة الأكثر رقمية. لقد دخل الطلاب الذين هم من الجيل Z الآن مرحلة البالغين. في هذه المرحلة، يتم منح الطلاب الحرية في إدارة شؤونهم المالية الشخصية بشكل مستقل بحيث يمكن أن تنشأ مشاكل في إدارة شؤونهم المالية. في عصر الرقمنة الحالي، أصبحت التطورات في التكنولوجيا المالية متطورة وعملية بشكل متزايد، وخاصة المدفوعات الرقمية. الجيل Z هو المتوسط في شراء السلع عبر التجارة الإلكترونية. إن الارتفاع الحالي في التسوق عبر الإنترنت من خلال الدفع عبر الإنترنت يمكن أن يجلب الجيل Z إلى الثقافة الاستهلاكية. حيث يصبح كل فرد مستهلكًا في التسوق عبر الإنترنت. الهدف من هذا البحث هو تحديد التأثير المباشر للمعرفة المالية ومتغيرات الدفع الرقمي على سلوك الإدارة المالية وتحديد تأثير المعرفة المالية والدفع الرقمي على سلوك الإدارة المالية الذي يديره سلوك المستهلك.

هذا البحث هو بحث كمي ذو منهج ترابطي. والتي تم تنفيذها على 391 طالبًا من طلاب جامعة عين مالكي مالانج. في جمع البيانات، استخدم هذا البحث استنباطًا تم توزيعه عبر GoogleFrom الإنترنت عبر وتمت معالجة البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام برنامج SmartPLS 4.0.

تظهر نتائج هذا البحث أن هذا البحث يثبت أن المعرفة المالية والمدفوعات الرقمية لها تأثير إيجابي وكبير على سلوك الإدارة المالية وسلوك المستهلك لا يمكن تعديل متغيرات المعرفة المالية والمدفوعات الرقمية على سلوك الإدارة المالية للطلاب.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mahasiswa yang terlahir pada tahun 1997 – 2012 merupakan tergolong pada generasi Z. Generasi Z ini terlahir pada saat teknologi – teknologi telah tersedia dan berkembang dengan pesat. Menurut *Information and Communication Technology (ICT)*, generasi Z jauh lebih paham dan menguasai teknologi dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi Z hidup di lingkungan dengan teknologi yang berkembang, sehingga generasi Z mengalami perubahan mulai dari perilaku, sikap, dan gaya hidup yang lebih mengarah ke *digital / teknologi*, (Slamet, 2022).

Generasi Z atau Gen Z lahir pada tahun 1997 – 2012. Pada tahun 2020, terdapat sekitar 23,94% jiwa yang tergolong generasi Z yang pada saat itu berkisar di umur 8 – 23 tahun.

Gambar 1.1
Jumlah Generasi Z di Indonesia tahun 2020



Sumber : Badan Pusat Statistik (2024).

Dengan data tersebut, diketahui pada tahun 2020 generasi Z mendominasi populasi di Indonesia dengan presentase 27,94% jiwa dan didominasi juga oleh generasi milenial dengan presentase 25,87% jiwa. Karakteristik dari generasi Z ini sangatlah berbeda dengan generasi *baby boomer*, generasi X atau generasi milenial. Menurut Laturette et al. (2021) karakteristik dari generasi Z diantaranya paham teknologi, berinteraksi dengan menggunakan sosial media, lebih ekspresif, dan *multitasking*. Selain itu generasi Z juga memiliki tujuan hidup yang berbeda dari generasi sebelumnya, gaya hidup yang lebih modern dan gaya konsumsi yang berbeda. Dapat diketahui juga bahwa generasi Z ialah generasi yang bergantung pada teknologi, serta lebih mementingkan popularitas di media sosial seperti Instagram dan TikTok. Kebanyakan orang beranggapan bahwa generasi Z memiliki tingkat konsumsi besar, terutama yang berkaitan dengan teknologi digital setiap bulannya seperti pembelian paket internet. Mahasiswa yang merupakan generasi Z saat ini telah memasuki fase dewasa. Dalam fase ini, mahasiswa telah diberikan kebebasan untuk mengelola keuangan pribadinya secara mandiri sehingga dapat memunculkan permasalahan – permasalahan dalam mengelola keuangannya.

Pengetahuan dalam mengelola keuangan sangatlah penting bagi semua kalangan, terutama bagi kalangan mahasiswa. Menjadi seorang mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan yang lebih tinggi, sudah sepatutnya mahasiswa paham dalam mengelola keuangan pribadinya secara mandiri karena mahasiswa telah memperoleh pengetahuan keuangan dari pendidikan formal, seperti seminar, program mata kuliah, dan pelatihan – pelatihan. Selain itu, juga dapat diperoleh

secara informal, seperti teman sebaya, orang tua, dan lingkungan sekitar. Jadi, seharusnya mahasiswa telah paham dalam mengelola keuangannya. Dalam penelitian yang dilakukan Nurlaila (2020) mengatakan bahwa fenomena – fenomena yang sering terjadi dikalangan mahasiswa saat ini yaitu mahasiswa memiliki kebutuhan yang bermacam – macam jenisnya dan mahasiswa mudah terpengaruhi oleh lingkungan disekitarnya, sehingga mahasiswa mudah terpancing untuk melakukan pembelian yang tidak rasional seperti membeli barang hanya untuk mengikuti tren. Berdasarkan fenomena tersebut, maka pengeluaran mahasiswa lebih besar dari pada pendapatan atau uang saku yang diberikan oleh orang tuanya. Dari fenomena tersebut juga dapat diambil kesimpulan bahwa mahasiswa belum mampu untuk mengelola keuangan pribadinya secara bijak. Individu dapat dikatakan pengelolaan keuangannya baik, dapat dilihat pada sikap dalam mengatur keluar masuk arus kas (pendapatan), dapat mengalokasikan pendapatannya untuk kebutuhan jangka pendek (konsumsi) dan kebutuhan jangka panjang (investasi), (Arifin, 2017). Selain itu, menurut Ningtyas (2019) mengatakan bahwa seorang individu yang dapat memahami prinsip dasar dari keuangan, maka individu tersebut akan lebih bijak dan hati – hati dalam mempergunakan uang dan dalam memutuskan sebuah permasalahan keuangan.

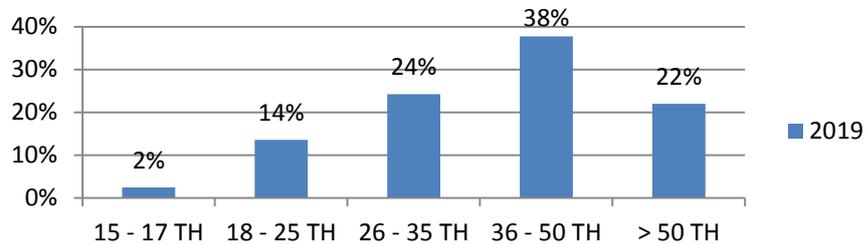
Perilaku pengelolaan keuangan ialah perilaku tanggung jawab dari setiap individu dalam mengelola keuangan pribadinya, (Immamah & Handayan, 2022). Perilaku pengelolaan keuangan berkaitan dengan pengeluaran dan pemasukkan uang, tabungan, investasi, dan individu dalam membayar tagihan kredit, (Xiao & Dew, 2011). Dengan ini perilaku pengelolaan keuangan sangatlah dibutuhkan oleh

mahasiswa saat ini, dimana mereka merupakan generasi Z yang terlahir dengan adanya teknologi yang sudah berkembang.

Dalam *Behavior finance theory* menyatakan bahwa sebuah keputusan dapat dipengaruhi oleh tiga aspek, diantaranya aspek psikologi, aspek sosiologi, dan aspek keuangan (Ricciardi & Simon, 2000). Selain itu, *Theory Planned of Behavior* juga menyatakan bahwa niat dari individu dapat menimbulkan perilaku yang akan dilakukan. Niat individu terhadap perilaku akan terbentuk dengan tiga faktor diantaranya: Sikap berperilaku (*attitude toward the behavior*), Norma subjektif (*subjektif norms*), dan Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), (Ajzen, 1991).

Setiap individu memerlukan pengetahuan keuangan untuk mengelola keuangannya secara efektif. Kemampuan seseorang untuk memahami, menganalisis dan mengelola keuangan pribadinya dalam membuat keputusan keuangan dikenal sebagai pengetahuan keuangan. Jika seseorang memiliki pengetahuan tentang keuangan, mereka dapat terhindar dari masalah keuangan seperti kecenderungan untuk melakukan hutang dan kredit (Trisnowati et al., 2020). Oleh karena itu, setiap orang harus memiliki pengetahuan tentang keuangan agar mereka tidak mengalami masalah keuangan. Berikut ini merupakan survei nasional yang telah dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang literasi dan inklusi keuangan (SNLLIK).

Gambar 1.2
Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia 2019



Sumber data : (Otoritas Jasa Keuangan, 2019)

Survei yang telah dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan dengan jumlah responden sebesar 12.773, dari 34 provinsi dan 67 kota / kabupaten. Pada tahun 2019, generasi Z berkisar pada usia 18 – 25 tahun dimana hasil survei menunjukkan bahwa literasi pada usia 18 – 25 tahun hanya sebesar 13,53% atau lebih rendah 10,73% dibanding dengan generasi Y atau usia pada kisaran 26 – 35 tahun. Literasi keuangan sebesar 13,53% tergolong dalam tingkat literasi keuangan rendah, karena tingkat literasi dibawah 60%, (Laturette et al., 2021). Sedangkan klasifikasi menurut Otoritas Jasa Keuangan terdapat empat klasifikasi tingkat literasi, yaitu 1) sangat literasi (*well literate*) dengan skor > 80%, yang artinya individu memiliki pemahaman, keyakinan, dan keterampilan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan; 2) cukup literasi (*sufficient literate*) dengan skor 60% - 80%, yang artinya individu memiliki pemahaman dan keyakinan terhadap produk dan layanan keuangan; 3) kurang terliterasi (*less literate*) dengan skor 30% - 60%, yang artinya individu hanya memiliki pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan; 4) tidak terliterasi (*not literate*) dengan skor < 30%, yang artinya individu tidak memiliki pemahaman, keyakinan dan keterampilan pada produk dan layanan keuangan. Berdasarkan klasifikasi Otoritas Jasa Keuangan, dapat disimpulkan bahwa generasi Z yang

berusia 18 – 25 tahun tergolong pada tidak terliterasi (*not literate*) yang artinya generasi Z tidak memiliki pemahaman, keyakinan serta keterampilan pada produk dan layanan keuangan yang telah disediakan Otoritas Jasa Keuangan.

Apabila tingkat literasi keuangan yang dikatakan rendah, hal tersebut menggambarkan bahwa pengetahuan keuangan pada generasi Z mengenai tabungan, asuransi, pinjaman, dan investasi juga rendah. Dengan ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki peran untuk mendorong peningkatan literasi di Indonesia terutama pada kalangan mahasiswa. Minimnya literasi keuangan pada kalangan mahasiswa menjadi salah satu pusat perhatian bagi Otoritas Jasa Keuangan. Oleh sebab itu, Otoritas Jasa Keuangan melakukan program edukasi untuk meningkatkan literasi keuangan untuk menambah pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) mahasiswa. Program edukasi untuk meningkatkan literasi di kalangan mahasiswa, Otoritas Jasa Keuangan menciptakan situs yang berisi edukasi – edukasi mengenai keuangan. *Lerning Management System* (LMS KU) merupakan sebuah situs yang telah disediakan oleh Otoritas Jasa Keuangan guna untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan pelajar atau mahasiswa. *Lerning Management System* (LMS KU) edukasi keuangan berisikan video animasi, modul, quis dan video – video pembelajaran yang dikemas semenarik mungkin. Dengan adanya *Lerning Management System* (LMS KU) edukasi keuangan diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan pelajar atau mahasiswa. Dengan memiliki pengetahuan keuangan mahasiswa dapat mengelola keuangan pribadinya dan dapat meminimalisir terjadinya permasalahan – permasalahan dalam mengelola keuangan (T. Azzahra & Kartini, 2022). Dalam penelitian yang telah

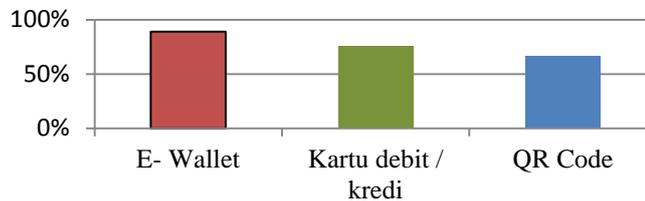
dilakukan oleh Agustina & Mardiana (2020), Arifin (2017), Ningtyas (2019), Siskawati & Ningtyas (2022), Ningtyas & Wafiroh (2019), Dewanti & Asandimitra (2021), Shinta (2018), Azzahra & Kartini (2022), Trisnowati et al. (2020) dan Immamah & Handayan (2022) mengatakan bahwa *financial knowledge* sangat berpengaruh langsung terhadap perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) pada seseorang, karena dengan adanya *financial Knowledge* dapat menjadikan seseorang mampu untuk mengelolah keuangan pribadinya sesuai dengan apa yang dibutuhkannya dan akan terhindar dari permasalahan - permasalahan dalam mengelola keuangan. Individu dengan minimnya pengetahuan keuangan cenderung lebih sering mengeluarkan uangnya untuk kebutuhan hidupnya, bukan hanya itu saja melainkan juga untuk keinginan hidupnya yang hanya sesaat atau sementara. Sebab mereka memiliki perilaku konsumtif, karena tidak memiliki pengetahuan keuangan. selain itu, mereka juga cenderung kesulitan dalam mengelola keuangannya, karena mereka tidak memiliki pengetahuan keuangan. hal tersebut akan menyebabkan rendahnya minat untuk menabung, investasi, dan mereka lebih cenderung melakukan hutang. Oleh sebab itu, begitu pentingnya literasi keuangan, dengan literasi keuangan individu akan memiliki pengetahuan keuangan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kholilah & Iramani (2013), Herdjiono et al. (2016) dan Dwiastanti (2017) menyatakan bahwa pengetahuan keuangan tidak memengaruhi terhadap *financial management behavior*.

Mahasiswa saat ini, tergolong pada generasi Z. Generasi Z ini merupakan generasi yang terlahir dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat. Karena

kegiatan sehari – hari mahasiswa tidak lepas dari *smartphone*. Oleh sebab itu, mahasiswa sangat cepat beradaptasi dengan teknologi yang berkembang. Jadi, generasi Z lebih paham dalam menggunakan teknologi terutama *financial technology*. Pada era digitalisasi saat ini, perkembangan *financial teknologi* semakin canggih dan praktis. Terdapat lima jenis *financial teknologi* yang sedang berkembang di Indonesia, diantaranya 1) *crowdfunding*, 2) *microfinancing*, 3) *P2P Lending Service*, 4) *market comparison*, dan 5) *digital payment system*, (OJK, 2023). Salah satu perkembangan teknologi tersebut adalah sistem transaksi (*digital payment*). Transaksi pembayaran yang dilakukan secara online dengan menggunakan perangkat digital sering disebut dengan *digital payment*, (Rahayu & Mulyadi, 2023).

Sistem transaksi saat ini mengalami pergeseran menjadi sistem transaksi *non – tunai* dengan menggunakan uang elektronik. Dengan adanya transaksi *non – tunai* dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi. Survei yang dilakukan oleh Visa mengatakan bahwa dengan perkembangan teknologi yang semakin berkembang dapat meningkatkan pembayaran menggunakan *digital payment* khususnya generasi Z. Hal ini terjadi karena kemudahan yang diberikan oleh *digital payment* dalam melakukan transaksi pembayaran. *Digital payment* yang paling banyak digunakan oleh Gen Z saat ini sebagai berikut:

Gambar 1.3
Indeks Penggunaan *Digital Payment* pada Generasi Z



Sumber data : (Kompas, 2023)

Hasil survei menunjukkan bahwa 89% generasi Z menggunakan e-wallet, 76% menggunakan kartu debit / kredit dalam melakukan pembayaran, dan sebanyak 67% menggunakan QR Code dalam melakukan transaksi pembayaran (Kompas, 2023). *E – wallet* merupakan layanan dompet *digital* bersifat elektronik yang digunakan untuk transaksi pembayaran secara online atau non – tunai. *E –wallet* memberikan kemudahan, efisiensi, dan kepraktisan bagi penggunanya (Aulia et al., 2023). Contoh produk dari *E –Wallet* seperti shoopepay, dana, OVO, Linkaja, dan *gopay*.

Dengan perkembangan teknologi sekarang, dapat menghadirkan toko *online* di kehidupan generasi Z. Hal ini merupakan fenomena baru yang ada karena perkembangan teknologi.

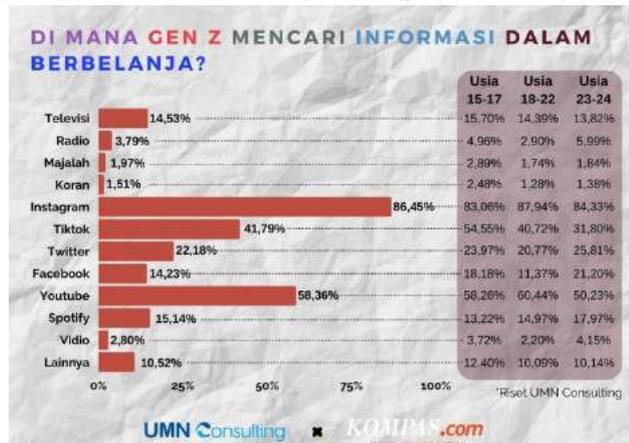
Gambar 1.4
Tempat Generasi Z Melakukan Belanja



Sumber : Kompas, (2024)

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Consulting bahwa kebanyakan generasi Z melakukan pembelian barang melalui supermarket dan *e-commerce* seperti shoope, tokopedia, lazada, tiktok, dan sebagainya. Riset tersebut menyebutkan bahwa generasi Z lebih menyukai membeli barang pada tempat yang mudah dijangkau. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z menyukai unsur kemudahan dan praktis dalam yang dapat diakses dimana pun dan kapanpun apabila ingin melakukan pembelian barang. UMN consulting juga melakukan riset mengenai tempat informasi yang sering digunakan generasi Z dalam melakukan belanja barang, sebagai berikut :

Gambar 1.5
Tempat Generasi Z Mencari Informasi Sebelum Melakukan Belanja



Sumber : Kompas, (2024)

Dalam riset tersebut menyebutkan bahwa generasi Z menjadikan Instagram sebagai wadah untuk mencari informasi sebelum melakukan pembelian barang. Selain instagram, generasi Z juga menjadi aplikasi tiktok sebagai tempat mencari informasi. Pada aplikasi tiktok dan instagram para pengguna telah menyajikan sebuah video reveiw dan link tempat pembelian barang tersebut. Oleh sebab itu,

generasi menjadikan instagram dan tiktok sebagai tempat informasi sebelum melakukan pembelian barang.

Dengan adanya aktivitas belanja *online* dan transaksi pembayaran juga secara online atau dikenal dengan *digital payment* dapat memberikan kemudahan bagi penggunaannya. Individu dapat memanfaatkan kemudahan yang diberikan oleh *financial technology payment* untuk melakukan mengelola keuangannya dengan menabung dan investasi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Siskawati & Ningtyas (2022), Munawar et al. (2023) dan Azzahra & Kartini (2022) *financial technology payment* berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Kautsar (2020) dan Utami & Isbnah (2021) bahwa *financial technology* tidak berpengaruh dalam pengelolaan keuangan. Karena *financial technology* tidak memiliki pengaruh dalam penyusunan dan pengelolaan keuangan pribadi. Selain itu, dikarenakan terdapat individu yang belum aktif dalam menggunakan *fintech technology* dalam melakukan transaksi pembayaran.

Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi. Perilaku konsumtif merupakan sebuah perilaku seseorang yang berlebih – lebih dalam membeli sesuatu tanpa adanya pertimbangan atau berdasarkan kebutuhan (Andriani et al., 2023). Mahasiswa merupakan makhluk hidup yang memiliki beragam kebutuhan untuk menjalankan kehidupannya, sehingga mahasiswa selalu melakukan kegiatan konsumsi. Hal yang sering terjadi dalam kegiatan konsumsi adalah seringkali terkecoh dengan membeli barang – barang yang tidak menjadi kebutuhannya, melainkan hanya sekedar keinginannya. Banyak sekali masyarakat

mahasiswa terkecoh dengan hal – hal yang menarik dimata mereka, seperti barang dengan kemasan yang menarik, adanya diskon, membeli barang karena adanya tren dan adanya iklan yang menarik. Hal ini dapat menimbulkan perilaku konsumtif yang tinggi dari diri mahasiswa. Menurut Laturette et al. (2021) Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat disertai dengan karakteristik generasi Z yang ada, sangat memungkinkan memiliki sikap konsumtif pada generasi Z. Generasi Z menggunakan teknologi bukan hanya untuk berkomunikasi secara *online* saja, tetapi juga digunakan untuk melakukan transaksi dan belanja secara *online*. Maraknya belanja *online* dengan pembayaran secara online saat ini dapat membawa generasi Z masuk kedalam budaya konsumerisme. Dimana setiap individu menjadi konsumtif dalam belanja secara online (D. Wulandari & Aulia, 2022). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahayu & Mulyadi (2023), Andriani et al. (2023), Naufalia (2022), Rizkiyah et al. (2021), Betharini & Sungkono (2023) mengatakan bahwasanya *digital payment* sangatlah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif setiap individu. Dengan adanya fenomena ini, dapat menjadikan setiap individu berperilaku konsumtif sehingga juga dapat menimbulkan permasalahan – permasalahan dalam mengelola keuangannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis dari dampak pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) dan *digital payment* terhadap *financial management behavior* dengan perilaku konsumtif sebagai moderasi. Pembaruan dalam penelitian ini terdapat pada objek penelitian. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa starta satu Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang juga dikenal sebagai UIN Maliki

Malang. Berdasarkan dari penelitian terdahulu yang ada, objek yang digunakan hanya lingkup jurusan dan fakultas ekonomi. Maka pada penelitian ini menggunakan tujuh fakultas dengan empat puluh lima jurusan / program studi di strata satu Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (PDIKTI, 2022). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang adalah kampus islam terfavorit di kota malang. Rata – rata mahasiswa UIN Maliki Malang adalah mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah. Mahasiswa dituntut untuk hidup secara mandiri sehingga mereka pun dituntut untuk mengelola keuangan pribadinya secara mandiri. Maka mahasiswa perlu memahami pengelolaan keuangan. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki letak lokasi yang strategis yaitu dikelilingi dengan beberapa pusat perbelanjaan, dikelilingi dengan tempat makan dari berbagai daerah, dan dikelilingi oleh cafe – cafe yang dapat mengakibatkan mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang cenderung melakukan pembelian secara impulsif. Dengan pembelian secara impulsif yang berlebihan, maka dapat memunculkan masalah – masalah dalam mengelola keuangan. Dengan ini peneliti tertarik untuk meneliti perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Selain itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini, karena terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, maka peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Financial Knowledge* dan *Digital Payment* Terhadap *Financial Management Knowledge* dengan Perilaku**

Konsumtif sebagai Variabel Moderasi” penelitian ini dilakukan dengan objek Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *financial knowledge* dapat berpengaruh terhadap *financial managemet behavior* ?
2. Apakah *digital payment* dapat berpengaruh terhadap *financial management behavior* ?
3. Apakah perilaku konsumtif memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan antara *financial knowledge* terhadap *financial management behavior* ?
4. Apakah perilaku konsumtif memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan antara *digital payment* terhadap *financial management behavior* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dengan adanya penelitian ini adalah sebagai beriku :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *financial knowlegde* terhadap *financial managemen behavior*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *digital payment* terhadap *finaancial management behavior*.

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari perilaku konsumtif dalam memoderasi hubungan antara *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari perilaku konsumtif dalam memoderasi hubungan antara *digital payment* terhadap *financial management behavior*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah untuk mengembangkan ilmu di bidang manajemen keuangan. Khususnya manajemen keuangan mengenai *financial management behavior*. Dan dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai *financial knowledge behavior* bagi para mahasiswa. Selain itu, diharapkan dapat menjadi referensi oleh peneliti lain untuk perbaikan penelitian dimasa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang dapat diambil dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan pribadi.

b. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah referensi yang ada dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan. Dengan

adanya penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terutama dalam bidang ilmu manajemen keuangan.

1.5 Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini terbatas pada perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi, *financial knowledge* dan *digital payment* sebagai variabel independen dan *financial management behavior* sebagai variabel dependen. Penelitian ini hanya melibatkan mahasiswa strata satu di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan fokus penelitian adalah untuk melihat bagaimana perilaku konsumtif dalam memoderasi *financial knowledge* dan *digital payment* pada perilaku keuangan mahasiswa.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sebuah kumpulan dari beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti – peneliti terdahulu yang berkaitan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu digunakan untuk bahan perbandingan dan acuan dalam penelitian yang sedang dilakukan.

Dibawah ini adalah kumpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian sebelumnya digunakan untuk acuan dalam penelitian saat ini. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nur Ariska Agustina & Mardiana pada tahun (2020) dalam penelitian yang berjudul “*The Effect of Financial Knowledge and Financial Attitude on Financial Management Behavior Mediated with Locus of Control*“, penelitian tersebut menggunakan smartPLS dan analisis mediasi uji sobel. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan dan sikap tentang keuangan berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. selain itu, dalam penelitian ini *locus of control* berperan sebagai variabel mediasi, pengetahuan keuangan dan sikap keuangan berdampak positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan

Penelitian Siti Revina Agustine & Mardiana, (2023) dengan judul “*The Influence of Financial Literacy and Consumptive Behavior on Indebted Behavior of Housewives*” menyatakan literasi keuangan dan perilaku konsumtif sangatlah berpengaruh pada perilaku berhutang ibu rumah tangga.

Dalam penelitian Agus Zainul Arifin (2017) yang berjudul “*The Influence Of Financial Knowledge, Control And Income On Individual Financial Behavior*”

mendapatkan hasil bahwasanya pengetahuan keuangan dan *locus of control* dapat mempengaruhi perilaku keuangan. Selain itu, terhadap perilaku keuangan tidak dipengaruhi variabel pendapatan.

Menurut penelitian Mega Noerman Ningtyas (2019) yang berjudul “*Literasi Keuangan Pada Generasi Milenial* “ menemukan literasi keuangan dasar dan literasi keuangan syariah dapat meningkatkan perilaku keuangan. sedangkan faktor – faktor seperti status pernikahan dan kontrol tidak berdampak pada perilaku keuangan

Dalam penelitian Erly Nabila Siskawati & Mega Noerman Ningtyas (2022) dengan judul “*Literasi keuangan, financial technology dan Perilaku Keuangan Mahasiswa*“ literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Sedangkan *financial technology* juga dapat memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa dengan pengaruh yang negatif.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mega Noerman Ningtyas & Novi Lailiyul Wafiroh (2019) dengan judul “*Bagaimana Literasi dan Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial ?* “ menunjukkan bahwa Literasi keuang dapat memberikan pengaruh baik terhadap perilaku keuangan.

Dalam penelitian Naila Al Kholilah dan Rr. Iramani (2013) dengan judul “*Studi financial management behavior pada masyarakat surabaya*”. Hasil penelitian ini menunjukkan *Locus of Control* memberikan pengaruh terhadap perilaku keuangan (*Financial Managemen Behavior*) seseorang. Sedangkan *Financial Knowledge* dan *income* tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap *Financial Management Behavior*.

Penelitian yang dilakukan oleh Irine Herdjiono dan Lady Angela Damanik (2016) dengan judul “*Pengaruh Financial Attitude Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior*”. Bahwasanya *financial attitude* berpengaruh terhadap *financial management behavior*, sedangkan *financial knowledge* dan *parental income* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

Dalam penelitian Vicky Pradita Dewanti dan Nadia Asandimitra (2021) dengan judul “*Pengaruh Financial Socialization, Financial Knowledge, Financial Experience Terhadap Financial Management Behavior Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Paylater*” menunjukkan bahwa *financial knowledge* memberikan sebuah pengaruh terhadap *financial management behavior*, sedangkan *financial socialization*, *locus of control* dan *financial experience* tidak memengaruhi *financial management behavior*. Dan *locus of control* tidak dapat memediasi hubungan *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rendra Elvira Shinta (2018) mengenai “*Pengaruh Financial Knowledge, Pola Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Wanita Karir Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Mediasi*” mendapatkan hasil bahwa Financial Knowledge, Pola Gaya Hidup, Locus of Control berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan dan *Locus of Control* dapat mediasi pengaruh *financial knowledge* terhadap perilaku pengelolaan keuangan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Talenta Azzahra dan Kartini (2022) mengenai “*Pengaruh Financial Technology Payment, Financial Attitude, Dan Financial Knowledge Terhadap Financial Management Behavior Bagi Mahasiswa Di Yogyakarta*” menunjukkan bahwa *Financial Technology Payment*, *Financial Attitude* dan *Financial Knowledge* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior*.

Dalam penelitian Anis Dwiastanti (2017) mengenai “*Analysis of financial knowledge and financial attitude on locus of control and financial management behavior*” menunjukkan bahwasanya pengetahuan keuangan tidak memberikan pengaruh pada *locus of control* dan perilaku pengelolaan keuangan. Sedangkan sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap *locus of control* dan perilaku pengelolaan keuangan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yanuar Trisnowati, Marisyah Mahdia Khoirina, dan Firda Alvina Putri (2020) mengenai “*Faktor yang mempengaruhi financial management Behavior pada mahasiswa fokus keilmuan ekonomi dan Bisnis kabupaten gresik*” mendapatkan hasil bahwasanya *Financial Attitude*, *Financial Knowledge*, dan *Locus of Control* memiliki pengaruh terhadap *Financial Management Behavior*.

Kurni Dwi Immamah dan Anita Handayan (2022) melakukan penelitian pada pedagang pasar sekaran. Penelitian ini dengan judul “*pengaruh pengetahuan keuangan, pengalaman keuangan, dan pengendalian diri terhadap perilaku keuangan (studi pedagang pasar sekaran)*”. Penelitian tersebut menunjukkan

pengetahuan keuangan dan pengendalian diri memberikan pengaruh yang baik, tetapi tidak dapat berpengaruh secara langsung terhadap perilaku keuangan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Andri Helmi Munawar, Ali Subrata, dan Cindera Syaiful (2023) dengan judul “Kontribusi *financial technology (fintech) payment* terhadap perilaku manajemen keuangan pada masa pandemi covid-19 di Kota Banjar” menunjukkan bahwa *fintech payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sudiro & Asandimitra (2022) dengan judul “*Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial*” mendapatkan hasil bahwasanya *Financial Literaty*, Uang Elektronik, Demografi, Gaya hidup dan Kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota surabaya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Abidzar et al., 2023) dengan judul “*Pengaruh Dompot Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta*” penelitian ini mengatakan dompet digital memberikan pengaruh yang baik pada perilaku konsumtif. Karena dompet digital memberikan aksesoris yang mudah bagi mahasiswa. dan literasi keuangan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku keuangan.

Dalam penelitian yang dilakukan Rahayu & Mulyadi (2023) dengan judul “*Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*”

menunjukkan bahwasanya *digital payment* sangatlah berpengaruh pada perilaku konsumtif pada masyarakat

penelitian yang telah dilakukan oleh Andriani et al., (2023) dengan judul “*Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*” mendapatkan hasil penelitian bahwa *digital payment* shopeepay berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Naufalia (2022) dengan objek pengguna shopee wilayah DKI Jakarta dan menggunakan variabel independet *digital payment* dan *E-Service*, variabel dependet perilaku konsumtif. Penelitian ini, menunjukkan bahwasanya *digital payment* dan *E-Service* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini mengasumsikan bahwasanya apabila seseorang semakin mudah dalam melakukan transaksi, sehingga dapat menambah frekuensi pembelian.

Dalam penelitian Rizkiyah et al. (2021) mengenai perilaku konsumtif, dengan judul “*Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platfrom Digital Ovo* “ dan mendaptkan hasil bahwa *digital payment* dapat memengaruhi perilaku konsumen. Dalam penelitian Utami dan Isbnah (2021) mengenai *financial behavior* dengan judul “*Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Tecnology, Self Control, dan lifestlye terhadap Financial Behavior* “ mendapatkan hasil *financial literacy* dan *self-control* memberikan terhadap *financial behavior*. Sedangkan *financial attitude*, *finncial tecnologi* daan *hedonic lifestyle* tidak memiliki pengaruh terhadap *financial behavior*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Adiputra (2021) dengan judul “*Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang dimediasi Kontrol Diri*” hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* pada mahasiswa sangatlah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan kontrol diri dari mahasiswa dapat berpengaruh dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Cristanti et al. (2021) mengenai pengelolaan keuangan pada mahasiswa Fkip Uksw dengan judul “*Pandemi Covid-19: Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Mental Accounting Terhadap pengelolaan Keuangan Mahasiswa Fkip Uksw* “ menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak terdapat berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan. Sedangkan *mental accounting* berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Marsya dan Erin (2022) dengan judul “*Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Penggemar K – Pop* “ menunjukkan bahwasanya literasi keuangan, pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan, dan perilaku konsumtif tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan.

Lisdiana & Setiyono (2022) melakukan penelitian mengenai pengelolaan keuangan, dengan judul “*Pengaruh Life Style, self control dan financial literacy terhadap pengelolaan keuangan dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi* “ mendapatkan hasil bahwa *Life Style, self control* dan *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan dan perilaku konsumtif

tidak dapat menjadi moderasi pada *Life Stlye* dan *financial literacy* terhadap pengelolaan keuangan. Sedangkan perilaku konsumtif mampu memoderasi *self control* terhadap pengelolaan keuangan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Judul	Nama, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
1.	<i>The Effect of Financial Knowledge and Financial Attitude on Financial Management Behavior Mediated with Locus of Control</i>	Nur Ariska Agustina, Mardiana (2020)	Variabel Independent : 1. <i>Financial knowledge</i> 2. <i>Financial attitude</i> Variabel Dependent : 1. <i>Financial management behavior</i> Variabel Medias 1. <i>Locus of control</i>	Kuantitatif, smartPLS, analisis mediasi uji sobel	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan dan sikap keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Dan pengetahuan keuangan dan sikap keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan jika dimediasi oleh <i>locus of control</i> .
2.	<i>The Influence of Financial Literacy and Consumptive Behavior on Indebted Behavior of Housewives</i>	Siti Revina Agustine, Mardiana (2023)	Varibel Independent 1. Literasi Keuangan 2. Perilaku Konsumtif Variabel Dependent 1. Perilaku Berhutang	SEM – PLS	Penelitian ini menyatakan bahwa literasi keuangan dan perilaku konsumtif sangatlah berpengaruh terhadap perilaku berhutang ibu rumah tangga.
3.	<i>The Influence Of Financial Knowledge, Control And Income On Individual Financial Behavior</i>	Agus Zainul Arifin (2017)	Variabel Independent : 1. <i>Financial knwoledge</i> 2. <i>Locus Of Control</i> 3. <i>income</i> Variabel Dependent : 1. <i>Individual financial behavior</i>	Kuantitatif, <i>Structural Equation Modelling</i>	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan dan <i>locus of control</i> berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Dan pendapatan tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku keuangan.

4.	Literasi Keuangan Pada Generasi Milenial	Mega Noerman Ningtyas (2019)	Variabel Independent 1. Literasi keuangan Variabel Dependent 1. Perilaku keuangan Variabel Kontrol 1. Jenis Kelamin 2. Status perkawinan	Deskriptif Kuantitatif, Eviews analisis regresi linier berganda.	Literasi keuangan dasar dan literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan. variabel kontrol dan status perkawinan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan
5.	Literasi keuangan, <i>financial technology</i> dan Perilaku Keuangan Mahasiswa	Erly Nabila Siskawati, Mega Noerman Ningtyas (2022)	Variabel Independent 1. Literasi keuangan 2. <i>financial technology</i> Variabel Dependent 1. perilaku keuangan mahasiswa	Explanatory research, SEM PLS	Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa dan <i>financial technology</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa.
6.	Bagaimana Literasi dan Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial ?	Mega Noerman Ningtyas dan Novi Lailiyul Wafiroh (2019)	Variabel Independent 1. Literasi Keuangan Variabel Dependent 1. Perilaku Keuangan	Kuantitatif, Smart PLS 3	Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan.
7.	Studi <i>Financial Management Behavior</i> Pada Masyarakat Surabaya	Naila Al Kholilah dan Rr. Iramani (2013)	Variabel Independent : 1. <i>Financial knowledge</i> 2. <i>income</i> Variabel Dependent : 1. <i>Financial management behavior</i> Variabel mediasi : 1. <i>Locus of Control</i>	Kuantitatif, <i>Structural Equation Modelling</i>	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Locus of Control</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Financial Management Behavior</i> . Sedangkan <i>Financial Knowledge</i> dan <i>income</i> tidak berpengaruh langsung terhadap <i>Financial Management Behavior</i> .

NO	Judul	Nama, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
8.	Pengaruh Financial Attitude <i>Financial Knowledge</i> , <i>Parental Income</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> .	Irine Herdjiono, Lady Angela Damanik (2016)	Variabel Independent : 1. <i>Financial Attitude</i> 2. <i>Financial Knowledge</i> 3. <i>Parental Income</i> Variabel Dependent : 1. <i>Financial Management Behavior</i>	Kuantitatif, SPSS, analisis korespondensi, dan uji Chi square	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasanya <i>financial attitudei</i> berpengaruh terhadap <i>financial management behavior</i> , sedangkan <i>financial knowledge</i> dan <i>parental income</i> tidak berpengaruh terhadap <i>financial management behavior</i> .
9.	Pengaruh <i>Financial Socialization</i> , <i>Financial Knowledge</i> , <i>Financial Experience</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Dengan <i>Locus Of Control</i> Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna <i>Paylater</i>	Vicky Pradita Dewanti, Nadia Asandimitra (2021)	Variabel Independen : 1. <i>Financial Socialization</i> 2. <i>Financial Knowledge</i> 3. <i>Financial Experience</i> Variabel Dependent : 1. <i>Financial Management Behavior</i> variabel Mediasi 1. <i>Locus Of Control</i>	Kuantitatif, SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>financial knowledge</i> berpengaruh terhadap <i>financial management behavior</i> sedangkan <i>financial socialization</i> , <i>locus of control</i> dan <i>financial experience</i> tidak terbukti memengaruhi <i>financial management behavior</i> . Dan <i>locus of control</i> sebagai mediasi juga tidak dapat memediasi hubungan <i>financial knowledge</i> terhadap <i>financial management behavior</i> .

NO	Judul	Nama, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
10.	Pengaruh <i>Financial Knowledge</i> , Pola Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Wanita Karir Dengan <i>Locus Of Control</i> Sebagai Variabel Mediasi	Rendra Elvira Shinta (2018)	Variabel Independen : 1. <i>Financial Knowledge</i> 2. Pola Gaya Hidup Variabel Dependent : 1. Pengelolaan Keuangan Variabel Mediasi 1. <i>Locus Of Control</i>	Kuantitatif, <i>partial last square</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Financial Knowledge</i> , Pola Gaya Hidup, <i>Locus of Control</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan dan <i>Locus of Control</i> dapat mediasi pengaruh <i>financial knowledge</i> terhadap perilaku pengelolaan keuangan,
11.	Pengaruh <i>Financial Technology Payment</i> , <i>Financial Attitude</i> , Dan <i>Financial Knowledge</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Bagi Mahasiswa Di Yogyakarta	Talenta Azzahraa, Kartini (2022)	Variabel Independen : 1. <i>Financial Technology Payment</i> 2. <i>Financial Attitude</i> 3. <i>Financial Knowledge</i> Variabel Dependent : 1. <i>Financial Management Behavior</i>	Kuantitatif, SPSS, Regresi berganda	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasanya <i>Financial Technology Payment</i> , <i>Financial Attitude</i> dan <i>Financial Knowledge</i> berpengaruh terhadap <i>Financial Management Behavior</i>

NO	Judul	Nama, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
12.	<i>Analysis of financial knowledge and financial attitude on locus of control and financial management behavior</i>	Anis Dwiastanti (2017)	Variabel Independen : 1. <i>Financial knowledge</i> 2. <i>Financial attitude</i> Variabel Dependent : 1. <i>Locus of control</i> 2. <i>Financial manangement behavior</i>	Kuantitatif, SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan tidak mempunyai pengaruh terhadap <i>locus of control</i> dan perilaku pengelolaan keuangan. Sedangkan sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap locus of control dan perilaku pengelolaan keuangan.
13.	Faktor yang mempengaruhi <i>financial management Behavior</i> pada mahasiswa fokus keilmuan ekonomi dan Bisnis kabupaten gresik	Yanuar Trisnowati, Marisyah Mahdia Khoirina, Firda Alvina Putri (2020)	Variabel Independent : 1. <i>Financial Attitude</i> 2. <i>Financial Knowledge</i> 3. <i>Locus of Control</i> Variabel Dependent: 1. <i>Financial Managemnet Behavior</i>	Kuantitatif, SPSS, Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Financial Attitude, Financial Knowledge, dan Locus of Control memiliki pengaruh terhadap Financial Management Behavior
14.	Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pengalaman Keuangan, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Keuangan (Studi Pedagang Pasar Sekaran)	Kurnia Dwi Immamah & Anita Handayani (2022)	Variabel Independe : 1. Pengetahuan keuangan 2. Pengalaman keuangan 3. Pengendalian diri Variabel Dependent : 1. Perilaku keuangan	Kuantitatif, SPSS, Regresi Linier Berganda	Pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan dan pengendalian diri berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh langsung terhadap perilaku keuangan. Dan pengalaman keuangan dapat berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.

NO	Judul	Nama, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
15.	Kontribusi <i>financial technology</i> (<i>fintech</i>) payment terhadap perilaku manajemen keuangan pada masa pandemi covid-19 di Kota Banjar	Andri Helmi Munawar1, Ali Subrata, dan Cindera Syaiful Nugraha (2023)	Variabel Independent : 1. <i>Fintech payment</i> Variabel Dependent : 1. Perilaku manajemen keuangan	Kuantitatif eksplanatori	Berdasarkan hasil penelitian bahwasanya <i>fintech payment</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan.
16.	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial	Priscilla Irene Sudiro dan Nadia Asandimitra (2022)	Variabel Independen : 1. <i>Financial Literaty</i> 2. Uang Elektronik 3. Demografi 4. Gaya hidup 5. Kontrol diri Variabel Dependent : 1. Perilaku konsumtif	Kuantitatif, SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Financial Literaty</i> , Uang Elektronik, Demografi, Gaya hidup dan Kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota surabaya.
17.	Pengaruh Dompot Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta	Madhan abidzar, mintasih indriayu dan aniek hindrayani (2023)	Variabel independet : 1. Dompot digital 2. Literasi keuanga Variabel dependent : 1. Perilaku konsumtif	Kuantitatif, SPSS, Regresi Linier Berganda	Penelitian yang telah di lakukan menunjukkan bahwa dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dan literasi keuangan berpengaruh negatif dan secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

NO	Judul	Nama, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
18.	Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat	Kintan Rahayu, Dedi Mulyadi (2023)	Variabel Independen : 1. <i>Digital Payment</i> Variabel Dependent : 1. Perilaku Konsumtif	Kuantitatif, SPSS, Regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya <i>digital payment</i> sangatlah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif setiap individu.
19.	Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Beid Fitrianova Andriani, Elyanti Rosmanidar, Zahratud Diniyah (2023)	Variabel Independen : 1. <i>Digital Payment</i> ShopeePay. 2. <i>Locus Of Control</i> Variabel Dependent : 1. Perilaku Konsumtif	Kuantitatif, SPSS, Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian memnunjukkan bahwasanya apabila secara simltas <i>digital payment</i> shopeepay dan <i>locus of control</i> berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan apabila dilihat secara parsial <i>digital payment</i> berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku kosumtif dan <i>locus of control</i> tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
20.	Pengaruh <i>Digital Payment</i> Dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Wilayah Dki Jakarta	Viani Naufalia (2022)	Variabel Independen : 1. <i>Digital Payment</i> 2. <i>E-Service Quality</i> Variabel Dependent : 1. Perilaku Konsumtif	Kuantitatif, SPSS, Regresi	Berdasarkan hasil penelitian bahwasanya <i>digital payment</i> dan <i>e-servive quality</i> berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

NO	Judul	Nama, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
21.	Pengaruh <i>Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Tecnology, Self Control</i> , dan <i>lifestlye</i> terhadap <i>Financial Behavior</i>	Nabila Ganes Putri Utami dan Yuyun Isbanah (2021)	Variabel Independe : 1. <i>Financial Literacy</i> 2. <i>Financial Attitude</i> 3. <i>Financial Tecnology</i> 4. <i>Self Control</i> 5. <i>Hedonic Lifestlye</i> Variabel Dependent : 1. <i>Financial Behavior</i>	Kuantitatif, SPSS, Regresi Linier Berganda	Dalam penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwasanya <i>financial literacy</i> dan <i>self-control</i> berpengaruh terhadap <i>financial behavior</i> . Sedangkan <i>financial attitude, finncial tecnologi</i> dan <i>hedonic lifestyle</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>financial behavior</i> .
22.	Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang dimediasi Kontrol Diri	Luh Gede Kusuma Dewi & I Made Pradana Adiputra (Betharini & Sungkono, 2023)	Variabel Independent : 1. <i>E-Money</i> 2. Kontrol Diri Variabel Dependent : 1. Perilaku Konsumtif	Kuantitatif, SPSS, analisis deskriptif dan jalur	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya <i>e-money</i> dan kontrol diri berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif. Dan tidak terdapat pengaruh langsung antara <i>e-money</i> terhadap perilak konsumtif mahasiswa yang di mediasi oleh kontrol diri.
23.	Pandemi Covid-19: Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Mental Accounting Terhadap pengelolaan Keuangan Mahasiswa Fkip Uksw	Indah Lely Cristanti, Dwi Iga Luhsasi, Destri Sambara Sitorus (2021)	Variabel Independen : 1. Perilaku Konsumtif 2. <i>Mental Accounting</i> Variabel Dependent : 1. Pengelolaan Keuangan	Kuantitatif, SPSS, uji validitas dan reabilitas	Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa perilaku konsumtif tidak terdapat berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan. Sedangkan <i>mental accounting</i> berpengaruh signifikan terhadap pegelolaa keuangan.

NO	Judul	Nama, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
24.	Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Penggemar K – Pop	Salsyabilla Marsya Putri Erin Syahrial dan Azib (2022)	Variabel Independen : 1. Literasi keuangan 2. Pengendalian diri 3. Perilaku konsumtif Variabel Dependent : 1. Pengelolaa keuangan	Kuantitatif, SPSS, regresi berganda	Berdasarkan hasil penelitian bahwa literasi keuangan, pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan, dan perilaku konsumtif tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan,.
25.	Pengaruh <i>Life Stlye, self control</i> dan <i>financial literacy</i> terhadap pengelolaan keuangan dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi	Dela Lisdiana dan Wisnu Panggah Setiyono (2022)	Variabel Independent 1. <i>Life style</i> 2. <i>Self control</i> 3. <i>Financial literacy</i> Variabel Dependent 1. Pengelolaan keuangan Variabel Moderasi 1. Perilaku konsumtif	Kuantitatif, Smart PLS	<i>Life Stlye, self control</i> dan <i>financial literacy</i> berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan dan perilaku konsumtif tidak dapat menjadi moderasi pada <i>Life Stlye</i> dan <i>financial literacy</i> terhadap pengelolaan keuangan. Sedangkan perilaku konsumtif mampu memoderasi <i>self control</i> terhadap pengelolaan keuangan.

26.	Pengaruh Literasi Keuangan Dan <i>Payment Gateway</i> Terhadap Perilaku Keuangan Manasiswa Manajemen Swasta Di Kota Palembang	Try wulandari, shafiera lazuarui, dan rinika sari (2022)	Variabel Independent 1. Literasi Keuangan 2. <i>Payment Gateway</i> Variabel Dependent 1. Perilaku Keuangan	Kuantitatif, SPSS versi 24	Literasi keuangan dan <i>payment gateway</i> berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa.
-----	---	--	---	----------------------------	--

Persamaan dan Perbedaan Penelitian sekarang dengan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah membuktikan bahwa secara empiris terdapat hubungan antara *financial knowledge* dan *digital payment* terhadap *financial management behavior*. Ditemukan beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan sekarang. Penelitian terdahulu dan penelitian sekarang, secara garis besar sama – sama ingin meneliti mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *financial management behavior* seseorang. Serta menguji ulang *financial knowledge* dan *digital payment* berpengaruh terhadap *financial management behavior* secara konsisten.

Selain itu, persamaan penelitian ini juga terletak pada metode analisis data yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan analisis, regresi berganda, *structural equation modelling* (SEM), PLS, Uji F, SPSS, analisis korespondensi, uji chi square, regresi linier berganda, regresi linier sederhana, dan analisis jalur. Dalam penelitian ini juga menggunakan alat ukur Smart PLS 4.0 untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel, dan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependent.

Perbedaan dari penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu dapat di lihat dari penggunaan *digital payment* sebagai variabel independent. Karena *digital payment* dapat menimbulkan perilaku konsumtif dari setiap individu, hal ini disebabkan oleh faktor kenyamanan, kemudahan, dan keamanan dalam menggunakan *digital payment*, (Puspita, 2019) (Andriani et al., 2023). Selain itu, perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi. perilaku konsumtif merupakan

sebuah tindakan dari individu sebagai konsumen untuk membeli, menggunakan barang, mengkonsumsi barang secara berlebihan, tidak rasional, dapat menimbulkan pemborosan dan hanya mengutamakan keinginan dan kesenangan tanpa melihat manfaat dan kebutuhan. Sehingga dapat memengaruhi pengelolaan keuangan dari individu.

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

Persamaan	Perbedaan
Variabel : <i>financial knowledge</i> sebagai variabel independet	Variabel : <i>Digital payment</i> sebagai variabel independen
Variabel : <i>financial management behavior</i> sebagai variabel dependent	Variabel Perilaku Konsumtif : Sebagai Variabel Moderasi
Metode : <i>Partial Least Square (PLS) 4.0</i>	

Sumber: diolah peneliti, (2024)

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Behavior Finance Theory* (Teori Perilaku Keuangan)

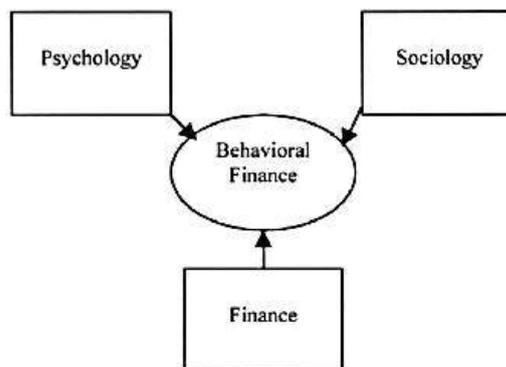
Behavior finance theory merupakan teori ekonomi yang menggabungkan antara teori psikologi dan sosiologi digunakan untuk membuat sebuah keputusan. *Behavior finance theory* mulai dikenal setelah Solvic pada tahun 1969 dan 1972 melakukan penelitian. Solvic berpendapat bahwa terdapat aspek psikologi dalam pengambilan keputusan keuangan. Kemudian teori ini populer pada tahun 1990 di dunia bisnis dan akademik Ricciardi & Simon, (2000) dan Shiller, (2003)

melakukan penelitian. Teori ini ada karena adanya perilaku dari individu dalam pengambilan keputusan keuangan.

Sebelum adanya *behavior finance theory* terdapat ilmu fundamental ekonomi atau sering disebut dengan *tradisional finance theory*. Teori ini berasumsi bahwa apabila seorang individu berperilaku rasional, maka hal ini disebabkan oleh pasar yang bersifat efisien. Pasar yang bersifat efisien merupakan pasar yang memiliki respon cepat terhadap informasi yang telah tersedia di pasar dan akurat untuk mencapai harga keseimbangan baru. Dalam *tradisional finance theory* hanya didasarkan pada teori ekonomi, tidak dikaitkan dengan teori psikologi.

Menurut Ricciardi & Simon, (2000) bahwa terdapat tiga aspek yang mempengaruhi *behavior finance* :

Gambar 2.1
Teori *Behavior Finance*



Sumber : (Ricciardi & Simon, 2000)

1. Aspek Psikologi

Menurut penelitian yuniningsing (2016) yang tercantum dalam Yuniningsih (2020) bahwa terdapat tujuh faktor yang dapat memengaruhi perilaku keuangan dalam aspek psikologi :

a. *Emotion*

Emosi merupakan sebuah dorongan dari hati yang melibatkan perasaan dalam melakukan suatu tindakan. Dengan ini, emosi dapat berperan penting dalam menentukan perilaku setiap individu.

b. *Loss aversion* (keengganan terhadap kerugian)

Loss aversion merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi emosi individu. Sebab pada dasarnya *loss aversion* merupakan kepekaan dari individu terhadap kerugian yang mengakibatkan rasa penyesalan.

c. *Regret aversion*

Regret aversion merupakan perasaan takut dalam mengambil tindakan dengan cara menghindari kesalahan pada keputusan yang sama. Keputusan dan tindakan yang tidak tepat dapat mengakibatkan suatu kerugian, dari kerugian yang ditanggung dapat mempengaruhi dalam mengambil keputusan selanjutnya.

d. *Financial literacy* (Literasi Keuangan)

Dalam teori ini, *Financial literacy* diartikan sebagai kemampuan menangkap informasi dalam membuat keputusan. Apabila individu mempunyai pemahaman yang bagus dalam hal keuangan, maka tidak diragukan lagi dalam mengelola keuangan. Menurut Mandell dan Klein (2007) dalam (Yuniningsih, 2020) menyatakan bahwa *financial literacy* menyangkut beberapa aspek dalam keuangan, diantaranya :

- 1) Pengetahuan keuangan
- 2) Manajemen keuangan

3) Manajemen kredit dan hutang

4) Tabungan dan investasi

5) Manajemen resiko

e. *Herding*

Herding merupakan perilaku dari seseorang yang suka ikut – ikutan terhadap apa yang dilakukan orang lain. Perilaku *herding* terbagi menjadi dua, diantaranya :

1) *Herding* Rasional

Herding rasional terjadi apabila individu menerima informasi yang sama, sehingga membuat sebuah keputusan yang sama dengan tujuan mendapatkan keuntungan maksimal.

2) *Herding* Irasional

Herding irasional terjadi apabila individu berada dalam kondisi panic dan ketidak pastian. *Herding* irasional cenderung menghasilkan ketidakpastian dalam memutuskan sebuah keputusan

f. *Overconfidence*

Overconfidence menunjukkan seorang individu yang sangat percaya diri tinggi akan apa yang dimilikinya, seperti kekayaan yang dimiliki, pengetahuan, tingkat pendidikan, pengalaman, usia, dan sebagainya.

g. Evaluasi

Evaluasi berkaitan dengan seberapa sering individu melakukan kontrol dan penilaian atas segala sesuatu yang menjadi tujuannya. Oleh sebab itu,

sering tidaknya individu melakukan evaluasi akan mempengaruhi perilaku dan tindakan dalam mengambil keputusan.

2. Aspek Sosiologi

Menurut penelitian Yuniningsih (2016) yang tercantum dalam (Yuniningsih, 2020) bahwa terdapat satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku keuangan yaitu faktor demografi. Demografi merupakan pemegang peran utama dalam membuat sebuah keputusan selain dari aspek psikologi. Demografi tidak hanya berpacu dalam usia, tetapi tingkatan ekonomi, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin dan sebagainya. Apabila individu memiliki pendidikan tinggi, pendapatan tinggi, memiliki pengalaman, usia lebih dewasa maka cenderung lebih percaya diri dalam membuat sebuah keputusan.

2.2.2 Theory Planned Of Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pembaruan dari *theory of reasoned action* (TRA), (Nurlaila, 2020). *Theory of planned behavior* dicetus oleh Ajzen dan Fishbein pada 1980. Ajzen menyebutkan bahwa dalam *theory of reasoned action* (TRA) menyatakan apabila niat seseorang terhadap perilaku terbentuk dari dua faktor, yaitu *attitude toward the behavior* (sikap terhadap perilaku) dan *subjective norms* (norma subjektif). Sedangkan dalam *theory of planned behavior* diperbarui dengan menambahkan satu faktor, yaitu *perceived behavior control* (persepsi kontrol perilaku). (Ajzen, 1991).

Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan mengenai kombinasi antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian terhadap niat dalam

berperilaku. Hal ini untuk memprediksi perilaku yang akan dilakukan oleh setiap individu, (Koesworo et al., 2007). Teori ini juga menyatakan bahwa perilaku – perilaku yang muncul dari setiap individu merupakan sebuah respon dari keadaan yang sedang terjadi, (Arianti, 2021), seperti halnya perkembangan *financial technology* yang sedang terjadi. Selain itu teori ini juga menyatakan bahwa apabila terdapat niat untuk berperilaku, hal ini akan menimbulkan perilaku yang akan dilakukan oleh setiap individu, (Ajzen, 1991). Teori ini digunakan untuk melihat pengaruh dari sikap individu terhadap perilaku individu, (Dwi & Ratnadi, 2017).

Menurut Ajzen, (1991) Niat individu terhadap perilaku akan terbentuk dengan tiga faktor diantaranya :

1. Sikap berperilaku (*attitude toward the behavior*)

Menyatakan bahwa sikap pribadi seseorang dapat menggambarkan perilaku yang akan dilakukan (Ajzen, 1991). Sikap pada perilaku ditetapkan oleh keyakinan perilaku dan evaluasi hasil (Nurlaila, 2020).

2. Norma subjektif (*subjektif norms*)

Norma subjektif merupakan keyakinan individu dalam memenuhi saran atau masukan dari orang – orang sekitar untuk turut dalam perilaku. Norma subjektif ini adalah respon seseorang mengenai pendapat orang disekitar.

3. Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*)

Persepsi kontrol perilaku merupakan hal yang dapat dirasakan oleh individu berupa kemudahan atau kesulitan dalam perilaku

2.2.3 *Financial Management Behavior*

Financial management behavior merupakan kemampuan dari individu dalam mengatur (perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian,

pencarian dan penyimpanan) dana keuangan dalam kehidupan sehari – hari, (Kholilah & Iramani, 2013). Dengan adanya pengetahuan keuangan dapat membantu individu dalam membuat sebuah keputusan yang tepat dan dapat mengambil sebuah tindakan untuk kesejahteraan keuangannya, (Immamah & Handayan, 2022). Menurut Trisnowati et al., (2020) mengatakan bahwa *financial management behavior* menjadi gambaran mengenai perilaku individu dalam menghadapi keputusan keuangan.

Menurut Horne dan Wachowicz (2005) dalam penelitian (Siswanti & Halida, 2020) bahwa *financial management behavior* merupakan penentuan, perolehan, alokasi, dan pemanfaatan sumber daya keuangan. Menurut Mien dan Thao (2015) dalam (Siswanti & Halida, 2020) menyatakan bahwa *financial management behavior* berhubungan dengan efektivitas pengelolaan dana berdasarkan pendapatan. Maka dapat disimpulkan bahwa *financial management behavior* merupakan tanggung jawab seseorang dalam mengatur dengan memperhatikan fungsi manajemen yang berfungsi sebagai pengatur keuangan. Dalam islam telah dijelaskan semua aspek kehidupan yang kita jalani, salah satunya adalah mengenai keuangan sebagaimana yang telah disebutkan pada Q.S Al – Furqon ayat 67 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “dan orang – orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya. (Tafsir Q.S AL – Furqon : 67)

Ayat diatas telah menjelaskan bahwa setiap individu akan mengeluarkan harta atau uang. Dimana mengeluarkan harta atau uangnya tidak berlebihan dan tidak

juga pelit pertengahan antara keduanya. Dengan ini, setiap individu memerlukan pengelolaan keuangan yang baik agar memperoleh kesejahteraan dalam hidupnya. Dalam islam, setiap individu di tuntutan untuk bisa mengelola keuangan pribadinya agar mereka terhindar dari sifat boros karena Allah SWT tidak menyukai manusia yang boros. Sifat boros merupakan sifat menghambur – hamburkan hartanya hanya untuk kesenangan sesaat.

Menurut Xiao & Dew (2011), Arifin (2017), dan Herdjiono et al. (2016) Terdapat empat hal mengenai *Financial management behavior* yang dapat dilihat dari setiap individu diantaranya :

1. Konsumsi

Konsumsi merupakan sebuah pengeluaran yang dilakukan oleh individu atas pembelian barang atau jasa. Dalam *financial management behavior* seseorang dapat dilihat dari bagaimana seseorang tersebut melakukan kegiatan konsumsinya (Herdjiono et al., 2016).

2. Manajemen arus kas

Arus kas merupakan faktor yang paling utama dari kesehatan keuangan. Arus kas adalah ukuran kemampuan seseorang dalam membayar tagihan tepat waktu (Herdjiono et al., 2016).

3. Tabungan dan investasi

Tabungan merupakan pendapatan yang diperoleh seseorang dan tidak dikonsumsi pada periode tertentu. Tabungan ini bertujuan untuk mengantisipasi hal – hal yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Sedangkan investasi dapat diartikan sebagai pengalokasian dana pada masa

sekarang dengan harapan dapat bermanfaat di masa yang akan datang (Herdjiono et al., 2016).

4. Manajemen kredit

Manajemen kredit atau hutang merupakan kemampuan seseorang dalam memanfaatkan hutang untuk meningkatkan kesejahteraan tujuan dari manajemen kredit adalah untuk menghindari kebangkrutan serta untuk meningkatkan kesejahteraan seseorang (Herdjiono et al., 2016).

2.2.4 *Financial Knowledge*

Financial knowledge merupakan kemampuan individu dalam memahami, menganalisis dan mengelola keuangan untuk membuat suatu keputusan keuangan. Dengan adanya *financial knowledge*, individu dapat terhindar dari masalah keuangan seperti cenderung melakukan hutang dan kredit, (Trisnowati et al., 2020).

Menurut Herdjiono et al., (2016); Yanto et al., (2021) dan Agustina & Mardiana, (2020) bahwa *financial knowledge* meliputi empat hal, diantaranya :

1. Pengetahuan Umum Keuangan

Pengetahuan umum keuangan merupakan kemampuan pengetahuan yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya. Dengan adanya pengetahuan keuangan seseorang dapat memahami dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran, (Agustina & Mardiana, 2020).

2. Pengetahuan Tabungan dan Pinjaman

Pengetahuan tabungan ialah pengetahuan yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangan untuk disimpan dan tidak digunakan untuk berbelanja guna untuk mengantisipasi hal – hal yang akan terjadi di masa

yang akan datang. Sedangkan pengetahuan pinjaman merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dalam mengajukan suatu pinjaman dan dapat memanfaatkan pinjaman yang diperoleh untuk kesejahteraan dirinya, (Herdjiono et al., 2016).

3. Pengetahuan Asuransi

Pengetahuan asuransi merupakan ilmu yang menjelaskan mengenai perlindungan finansial yang diperoleh seseorang untuk mendapatkan pertanggung jawaban atas resiko yang terjadi, (Herdjiono et al., 2016).

4. Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan mengenai suatu tindakan pengalokasian dana pada masa sekarang dengan harapan dapat bermanfaat di masa yang akan datang (Herdjiono et al., 2016).

Dalam Al – Quran di jelaskan dalam surat Al Ankabut Ayat 43, yang berbunyi:

وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ ۖ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ

Artinya :”Dan perumpamaan – perumpamaan ini kami buat untuk manusia; dan tiada yang memahaminya kecuali orang – orang yang berilmu.”(TafsirQ.S Al – Ankabut : 43)

Berdasarkan ayat diatas, bahwasanya Allah SWT. telah memberikan sesuatu perumpamaan bagi manusia. Perumpamaan ini hanya dapat dipahami oleh manusia yang berakal. Jika dikaitkan dengan ayat diatas, pengelolaan keuangan merupakan sebuah perumpamaan yang dapat dipahami oleh orang – orang yang paham dan berakal. Dengan ini, dalam mengelola keuangan diperlukan

pengetahuan mengenai keuangan. Jika tidak memahami dalam mengelola keuangan, seseorang tersebut akan memiliki kesulitan dalam mengelola keuangan.

2.2.5 *Digital Payment*

Menurut Andriani et al., (2023) pembayaran digital merupakan alat pembayaran elektronik yang dilakukan dalam media elektronik. Dalam penggunaan *digital payment* pengguna harus menyetorkan uangnya pada penerbit, lalu disimpan dalam media elektronik yang diinginkan. *Digital payment* sebuah teknologi yang dapat memberikan pandangan baru mengenai pembayaran non – tunai yang lebih praktis dan aman dalam bertransaksi.

Kemudahan yang diberikan oleh *digital payment* dalam transaksi pembayaran tentu menjadi suatu kesenangan bagi penggunanya, sehingga dalam hal ini Rasulullah SAW bersabda :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ قَالَ : مَنْ نَقَّسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا، نَقَّسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ

Artinya “Barangsiapa yang membantu menghilangkan satu kesedihan (kesusahan) dari sebagian banyak kesusahan orang mukmin ketika didunia maka Allah akan menghilangkan satu kesusahan (kesedihan) dari sekian banyak kesusahan dirinya pada hari kiamat kelak. ” (HR. Muslim).

Hadist diatas menjelaskan tentang seorang individu yang mempermudah urusan orang lain. Dalam konteks ini dapat dikatakan dengan adanya *digital payment* memberikan kemudahan bagi orang yang menggunakannya, sehingga *digital payment* menjadi sebuah ladang pahala bagi yang menciptakannya.

Menurut Karniawati et al., (2021) dan Setyaningsih et al., (2023) Terdapat lima indikator dalam *digital payment* sebagai berikut :

1. *Perceived Ease Of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Menurut Setyaningsih et al., (2023) persepsi kemudahan penggunaan adalah sebuah kemudahan yang dirasakan oleh individu dalam menggunakan *digital payment*. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan dari individu bahwa dalam penggunaan suatu sistem dapat memudahkan kinerja seseorang.

2. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)

Sistem teknologi di bidang *financial fintechnologi* dapat memberikan manfaat yang dapat dirasakan oleh setiap individu atas penggunaan sistem teknologi tersebut. Manfaat yang diberikan oleh *financial fintechnologi*, diantaranya rasa aman, nyaman, efektif. Sehingga dapat memberikan feedback yang baik dalam pelayanan. Sehingga dapat meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan *financial fintechnologi* tersebut.

3. *Perceived Credibility* (Persepsi Kredibilitas)

Menurut Michael agustio gosol, (2018) menyatakan bahwa apabila tingkat kredibilitas suatu teknologi tinggi, maka dapat meningkatkan ketertarikan pengguna untuk menggunakan *mobile payment*. Dalam penelitian Mun et al., (2018) menyatakan bahwa *perceived credibility* berpengaruh positif pada intensitas penggunaan layanan *mobile payment*.

4. *Social Influence* (pengaruh sosial)

Social influence merupakan perilaku individu yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar terkait dengan penggunaan *financial thenologi* (michael agustio gosol, 2018).

5. *Behavior Interntions* (intensitas penggunaan layanan)

Intensitas penggunaan layanan disebabkan oleh faktor manfaat dari penggunaan layanan, kemudahan, krebilitas dan pengaruh sosial. Sehingga dapat mendorong seseorang untuk semakin sering menggunakan layanan tersebut (michael agustio gosal, 2018).

2.2.6 Perilaku Konsumtif

Menurut Deviyanti, (2020) perilaku konsumtif ialah sebuah perilaku yang kecenderungan dalam melakukan pembelian barang – barang yang tidak diperlukan secara berlebihan tanpa adanya pertimbangan. Perilaku konsumtif didefinifikan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli, menggunakan, dan mengkonsumsi barang secara berlebihan yang tidak diperlukan tanpa mempertimbangkan manfaatnya, sehingga dapat menyebabkan pemborosan dan hanya mengutamakan keinginan dan kesenangan tanpa mempertimbangkan manfaatnya, (Indarto & Dananti, 2021).

Menurut Wahyuni et al., (2019) dan Diantini et al., (2021) seseorang dapat melakukan perilaku konsumtif disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya :

1. Diskon

Diskon merupakan potongan harga yang dilakukan olh penjual guna untuk menarik konsumen, (D. Wahyudi & Rahayu, 2019). Diskon, yaitu sebuah promosi penjualan untuk menarik perhatian konsumen, sehingga konsumen teratak untuk membelinya. Dengan adanya diskon maka sesorang akan berperilaku konsumtif, karena konsumen mendapatkan potongan harga dari penjual sehingga harga lebih murah.

2. Kemasan yang menarik

Dengan kemasan yang unik dan menarik, dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal ini dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, karena kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kemasan yang unik dan menarik dari suatu produk akan menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, (Djawang & Hendrik, 2021).

3. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang didefinisikan sebagai cara seseorang memandang dunia melalui aktivitas dan minat mereka. Cara seseorang berpikir tentang masalah sosial dapat dipengaruhi oleh aktivitas yang mereka lakukan. Kegiatan ekonomi menjadi sasaran adanya gaya hidup, karena mencerminkan aktivitas, minat dan opini terhadap barang – barang yang digunakan, sehingga dapat mencerminkan pengelolaan keuangan, (Sudiro & Asandimitra, 2022).

4. Iklan

Iklan merupakan promosi produk dengan tujuan untuk memasarkan produknya, agar produk dikenal konsumen dan diminati konsumen. Dengan adanya iklan seseorang akan tertarik untuk membeli suatu produk, Sehingga iklan dapat menarik perilaku konsumtif dari diri seseorang. Secara tidak langsung, iklan dapat mempengaruhi pembelian dari produk tersebut, (Farahdilla Emia, 2019).

5. Penilaian produk

Konsumen akan selalu melihat penilaian produk sebelum melakukan keputusan pembelian. Apabila penilaian produk berisi penilaian yang positif, maka konsumen akan membeli produk tersebut.

6. Citra Merek

Citra merek ialah hal yang terpenting sebelum pembeli atau konsumen melakukan keputusan pembelian oleh konsumen. Apabila produk memiliki citra merek yang baik dimata konsumen, maka konsumen akan membeli produk yang memiliki merek yang sama, (Farahdilla Emia, 2019).

Dalam Al – Qur’an telah menjelaskan bahwa manusia merupakan makhluk ciptaan Allah yang paling mulia dan makhluk yang memiliki kondisi baik serta sempurna. Akan tetapi manusia sering kali tidak dapat mengendalikan hawa nafsunya tanpa memikirkan akibat dari tindakan yang telah dilakukannya. Dan manusia seringkali berperilaku boros, tanpa melihat kebutuhannya. Allah telah menyebutkan dalam Al – Qur’an pada surat Al –Isra’ Ayat 27

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “*sesungguhnya orang – orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada tuhan nya*”(Tafsir QS. Al – Isra’ : 27)

Dari ayat tersebut, maka seseorang harus dapat mengontrol diri untuk tidak berperilaku boros. Boros merupakan salah satu perbuatan setan., sehingga setiap individu dapat mengontrol dari perilaku impulsif dan harus mampu mengontrol dari hawa nafsu. Perbuatan – perbuatan ini akan menjadikan seseorang akan lupa apa yang telah diberikan oleh Allah SWT. Kita sebagai manusia senantiasa harus

bersyukur atas nikmat yang Allah SWT. Telah berikan,sebelum nikmat yang telah diberikan akan hilang.

Dan juga disebutkan dalam Al- Qur'an pada surah Al – Furqon ayat 67 yang berbunyi :

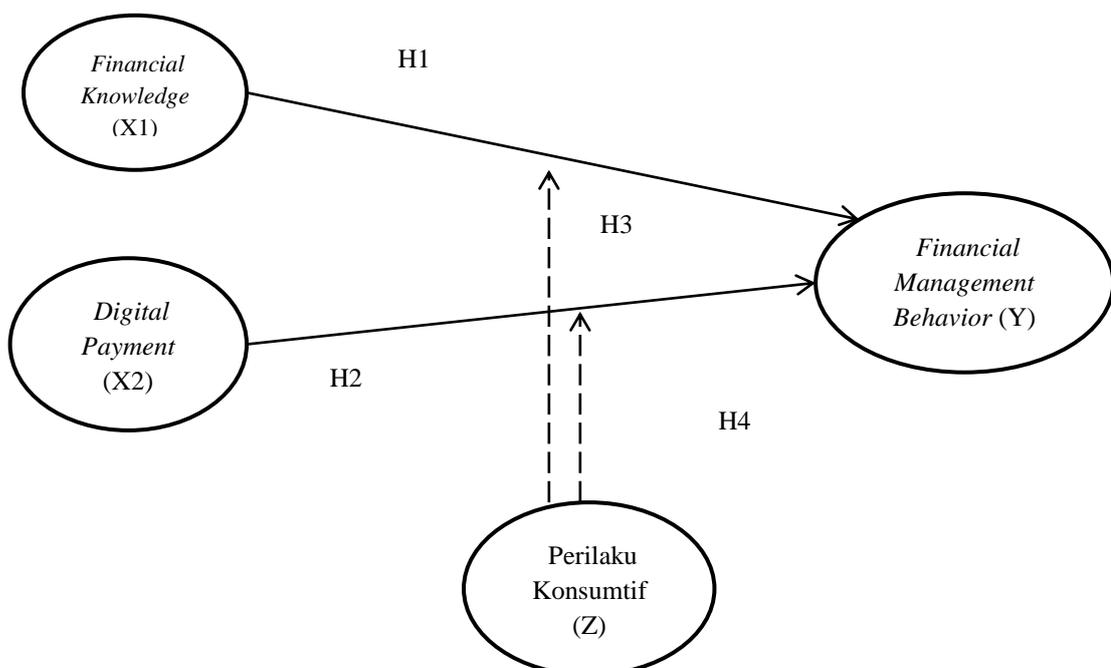
وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : “ Dan (termasuk hamba – hamba tuhan yang maha pengasih) orang – orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar.”(Tafsir QS Al – Furqon : 67).

Dalam surah Al – Furqon ayat 67 juga dijelaskan bahwa allah SWT. telah melarang manusia untuk berperilaku menghamburkan – hamburkan hartanya. Dengan membelanjakan barang yang tidak penting dan tidak sesuai dengan kebutuhannya.

2.3 Kerangka Konseptual

Gambar 2.2
Kerangka Berpikir



Sumber : data diolah, 2023

- : Berpengaruh secara langsung
 ----- : Berpengaruh secara tidak langsung

- H1 : Agustina & Mardiana (2020), Arifin (2017), Ningtyas (2019), Siskawati & Ningtyas (2022), Ningtyas & Wafiroh (2019), Kholilah & Iramani (2013), Herdjiono et al. (2016), Dewanti & Asandimitra (2021), Shinta (2018), Azzahra & Kartini (2022), Dwiastanti (2017), Trisnowati et al. (2020), Immamah & Handayan (2022).
- H2 : Azzahra & Kartini, (2022), Munawar et al. (2023), Siskawati & Ningtyas (2022), Sari & Kautsar (2020), Utami & Isbnah, (2021).
- H3 : Agustine & Mardiana (2023), Sudiro & Asandimitra (2022), Abidzar et al. (2023).
- H4 : Rahayu & Mulyadi (2023), Andriani et al. (2023), Naufalia, (2022); Rizkiyah et al. (2021), Betharini & Sungkono (2023), Utami & Isbnah, (2021).

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*

Kemampuan seseorang untuk memahami, menganalisis dan mengelola informasi keuangan yang digunakan untuk membuat keputusan keuangan dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang keuangan, (Trisnowati et al., 2020). Menurut Herdjiono et al. (2016), pengetahuan keuangan baik, akan membantu seseorang untuk membuat keputusan pengelolaan keuangan yang baik. Selain itu, juga dapat meningkatkan kesejahteraan keuangan Sejalan dengan pendapat Arifin (2017) bahwa semakin besar *financial knowlegde* yang dimiliki seseorang maka semakin baik pula perilaku keuangannya. Pengetahuan keuangan pemahaman seseorang tentang konsep dan praktik keuangan, seperti pengetahuan tentang manajemen keuangan, pengelolaan hutang, investasi dan perencanaan keuangan

Menurut oleh Agustina & Mardiana (2020), Arifin (2017), Ningtyas (2019), Siskawati & Ningtyas (2022), Ningtyas & Wafiroh (2019), Dewanti & Asandimitra (2021), Shinta (2018), Azzahra & Kartini (2022), Trisnowati et al. (2020), dan (Immamah & Handayan 2022) mengatakan bahwa *financial knowledge* sangatlah berpengaruh langsung terhadap *financial management behavior* pada seseorang. Karena dengan adanya *financial Knowledge* dapat menjadikan seseorang mampu untuk mengelolah keuangan pribadinya, sesuai dengan apa yang dibutuhkannya. Berbeda dengan penelitian Kholilah & Iramani (2013), Herdjiono et al. (2016), dan Dwiastanti (2017) menyatakan bahwa *financial knowledge* tidak memiliki pengaruh terhadap *financial management behavior*. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan sebuah hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Financial knowledge* berpengaruh positif terhadap *financial managemnet behavior*

2.4.2 Pengaruh *digital payment* terhadap *financial management behavior*

Digital paymnet merupakan transaksi pembayaran yang dilakukan secara online dengan menggunakan perangkat digital, (Rahayu & Mulyadi, 2023). Dengan adanya transaksi *non – tunai* dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan, seperti untuk investasi, pembayaran, menabung dan sebagainya. Semakin tinggi seseorang menggunakan dan memanfaatkan *digital payment* dengan baik, maka akan semakin baik pula pengelolaan keuangannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawar et al. (2023,) dan Azzahra & Kartini (2022) *financial technology payment*

berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Siskawati & Ningtyas, (2022) Sari & Kautsar (2020) dan Utami & Isbnah (2021) bahwa *financial technology* tidak berpengaruh dalam pengelolaan keuangan. Karena *financial technology* tidak memiliki pengaruh dalam penyusunan dan pengelolaan keuangan pribadi. Berdasarkan pernyataan diatas, maka peneliti memiliki keinginan untuk meneliti kembali terkait pengaruh *digital payment* terhadap *financial management behavior*, sehingga hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

H2 : *Digital payment* berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*

2.4.3 Pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial management behavior* dengan perilaku konsumtif sebagai moderasi

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu mengatakan semakin tinggi *financial knowledge* yang dimiliki setiap individu, maka akan semakin baik pula setiap individu dalam mengelola keuangan yang dimilikinya, (Ningtyas, 2019). Akan tetapi, penelitian lain mengatakan bahwa apabila seseorang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi, hal ini disebabkan oleh faktor gaya hidup, teman sebaya, dan kontrol diri yang menjadikan seseorang lebih konsumtif. Sehingga belum tentu mereka dapat mengelola keuangannya, meskipun memiliki *financial knowledge* yang baik, (R. A. Wahyudi & Rochmawati, 2020). Selain itu, terdapat ketidak konsistennya hubungan dari *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*. Sehingga menunjukkan terdapat pengaruh dari faktor lain yang dapat mempegaruhi hubungan diantara keduanya. Penelitian ini sejalan dengan *behavior finance theory* bahwa Apabila individu memiliki

pendidikan tinggi, pendapatan tinggi, memiliki pengalaman, usia lebih dewasa maka cenderung lebih percaya diri dalam membuat sebuah keputusan, (Yuniningsih, 2020). Berdasarkan pernyataan diatas, peneliti memiliki keinginan untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *financial knowlegde* terhadap *financial management behavior*. Dalam penelitian ini menambahkan variabel baru yaitu perilaku konsumtif sebagai variabel mediasi. Maka peneliti merumuskan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H3 : Perilaku konsumtif dapat memperlemah hubungan antara *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*.

2.4.4 Pengaruh *digital payment* terhadap *financial management behavior* dengan perilaku konsumtif sebagai moderasi

Dengan adanya *digital payment* dapat mempermudah dalam melakukan transaksi secara online, (Rahayu & Mulyadi, 2023). Kemudahan bertransaksi secara online dan praktis dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Dengan memicu keinginan untuk membeli barang secara impulsif. Perilaku konsumtif yang disebabkan oleh *digital payment* dapat berdampak dalam pengelolaan keuangan pribadi. Apabila seseorang melakukan pembelian impulsif secara berlebihan sampai batas dari kemampuan individu tersebut, maka dapat menimbulkan masalah – masalah keuangan. Seperti adanya hutang yang berlebihan atau kesulitan dalam mengatur keuangan. Sejalan dengan *behavior finance thoery* bahwa *herding* merupakan perilaku dari seseorang yang suka ikut – ikutan terhadap apa yang dilakukan orang lain. Sedangkan *digital payment* merupakan perkembangan teknologi yang dimana semua orang akan ikut ikut untuk menggunakannya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahayu & Mulyadi (2023), Andriani et al. (2023), Naufalia (2022), Rizkiyah et al. (2021) dan Betharini & Sungkono (2023) bahwasanya *digital payment* sangatlah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif setiap individu. Dengan perilaku konsumtif yang meningkat, sehingga dapat berdampak negatif dalam pengelolaan keuangan. Berdasarkan pernyataan diatas, peneliti memiliki keinginan untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *financial knowlegde* terhadap *financial management behavior*. Dalam penelitian ini menambahkan variabel baru yaitu perilaku konsumtif sebagai variabel mediasi. Maka peneliti merumuskan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H4 : Perilaku konsumtif dapat memperlemah hubungan antara *Digital payment* terhadap *financial management behavior*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian merupakan tergolong dengan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian mengenai sebuah fenomena dengan menggunakan data sebagai pedoman dan diukur menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi, (Priadana & Sunarsi, 2021). Pada penelitian ini memerlukan perhitungan yang bersifat sistematis tentang hubungan antara setiap variabel. Pada dasarnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian mengenai data numerik untuk menjadi dasar suatu fenomena. Menurut Priadana & Sunarsi (2021) bahwa penelitian kuantitatif menghasilkan informasi yang lebih terukur. Jenis penelitian ini dipilih sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai hubungan dan pengaruh setiap variabel yang terjadi. Menurut Sugiyono (2003) bahwa pendekatan asosiatif digunakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari penyebaran kuesioner pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Dipilihnya mahasiswa sebagai

populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa telah diberi kebebasan oleh orang tua untuk mengelola uang yang telah diberikan, sehingga para mahasiswa dituntut untuk mengelola dan mengatur keuangan secara mandiri. Serta dituntut untuk melakukan pengambilan keputusan dan pertanggung jawaban atas yang telah dilakukannya.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.1
Kriteria sample

No.	Kriteria
1.	Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2.	Berada pada semester 1 – 8, tahun ajaran 2023 / 2024.
3.	Pernah melakukan transaksi menggunakan <i>digital payment</i> seperti shoopepay, OVO, dana, gopay, dan linkaja.

Sumber : data diolah , 2023

Jumlah mahasiswa strata 1 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

Malang tahun 2022 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Fakultas dan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

NO.	FAKULTAS	JUMLAH MAHASISWA
1.	Fakultas Ekonomi	2.425
2.	Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	4.350
3.	Fakultas Humaniora	2.017
4.	Fakultas Psikolog	1.224
5.	Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	858
6.	Fakultas Sains dan Teknologi	3.925

7.	Fakultas Syari'ah	2.774
Total		17.573

Sumber : PDIKTI,2023

Berikut ini merupakan rumus *solvin* yang digunakan dalam penelitian :

$$n = \frac{N}{1+N e^2} \dots\dots\dots(\text{Betharini \& Sungkono, 2023})$$

- n : Jumlah Sampel
- N : Jumlah Populasi
- E : Batasan Kesalahan

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan di pakai, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{17.573}{1 + 17.573 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{17.573}{1 + 43.93}$$

$$n = \frac{17.572}{44.93} = 391$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dalam penelitian ini setidaknya membutuhkan sebanyak 391 responden.

3.5 Data dan Jenis Data

Dalam penelitian ini meggunakan data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang didapatkan langsung dari sumbernya, data tersebut perlu dilakukan pengukuran dan penghitungan, (Priadana & Sunarsi, 2021). Data primer dikumpulkan oleh peneliti dan data primer ini juga belum pernah dikumpulkan

sebelumnya, (Priadana & Sunarsi, 2021). Penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang didapatkan dari pengumpulan data yang telah dilakukan. Pengumpulan data tersebut berasal dari jawaban para responden melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner disebarakan kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menggunakan *digital payment* dalam melakukan pembelian. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara *online* dengan menggunakan *Google Form*.

Data sekunder dalam penelitian ini digunakan sebagai daya yang pendukung dari data primer. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, dokumentasi, penelitian terdahulu dan sebagainya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data didasarkan pada penyebaran kuesioner secara *online*. Kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data dengan mengirim suatu daftar pertanyaan kepada responden, sehingga teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dengan menyusun pertanyaan – pertanyaan yang telah terstruktur dan bersifat tertutup dengan jawaban yang telah disediakan dan diisi oleh responden dengan memilih salah satu jawaban yang telah disediakan. Skala yang digunakan untuk pengukuran indikator – indikator pada variabel adalah dengan menggunakan Skala Likert (1 - 5). Menurut sugiyono (2007; 132) Skala Likert merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang mengenai sebuah fenomena (Priadana & Sunarsi, 2021). Skala likert (1 - 5) mempunyai lima tingkatan jawaban (1 - 5) dengan rincian sebagai berikut (Priadana & Sunarsi, 2021) :

Tabel 3.3
Skala Likert

Sangat setuju (SS)	Skor 5
Setuju (ST)	Skor 4
Ragu – ragu (RG)	Skor 3
Tidak setuju (TS)	Skor 2
Sangat tidak setuju (STS)	Skor 1

3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel diantaranya variabel independen (X) menggunakan dua variabel, *financial knowledge* (X1) dan *digital payment* (X2). Variabel dependen yang (Y) menggunakan *financial management behavior*. Dan variabel moderasi menggunakan perilaku konsumtif.

Tabel 3.4
Definisi Operasional Variabel

NO.	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM	SUMBER
1.	<i>Financial Knowledge</i> (X1)	Pengetahuan umum keuangan	Pengetahuan mengenai perencanaan keuangan	Herdjiono et al. (2016), Yanto et al. (2021) dan Agustina & Mardiana (2020).
			Pengetahuan evaluasi pengeluaran	
		Pengetahuan tabungan dan pinjaman	Pengetahuan mengenai menabung	
			Pengetahuan mengenai pinjaman	
		Pengetahuan asuransi	Pengetahuan mengenai resiko – resiko yang tidak pasti.	
			Pengetahuan mengenai cara mengatasi risiko.	
		Pengetahuan investasi	Pengetahuan mengenai investasi	
			Pengetahuan manfaat investasi	

2.	<i>Digital Payment</i> (X2)	<i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan)	<i>Digital payment</i> memberikan kemudahan dalam bertransaksi	Michael agustio gosa (2018), Karniawati et al. (2021) dan Setyaningsih et al. (2023).
			<i>Digital payment</i> mudah untuk dipelajari	
		<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Manfaat)	Fitur layanan yang diberikan oleh <i>digital payment</i> sesuai dengan kebutuhan	
			Dengan menggunakan <i>digital payment</i> , dapat melakukan transaksi lebih praktis	
		<i>Perceived Credibility</i> (Persepsi Kredibilitas)	<i>Digital payment</i> memberikan keamanan dalam bertransaksi	
			terdapat pemberitahuan apabila saldo berkurang	
		<i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)	Menggunakan <i>digital payment</i> karena ikut – ikut teman	
Menggunakan <i>digital payment</i> karena melihat iklan di media.				
<i>Behavior Interntions</i> (Intensitas Penggunaan Layanan)	Menggunakan <i>digital payment</i> lebih dari 5 kali.			
	Sering menggunakan <i>digital payment</i> pada saat belanja online dan offline			
3.	Perilaku Konsumtif (Z)	Diskon	Membeli produk karena adanya diskon.	Wahyuni et al. (2019) dan Diantini et al. (2021).
			Membeli produk karena iming – iming mendapatkan hadiah	
		Kemasan yang menarik	Membeli produk karena kemasan yang menarik.	
			Membeli produk tanpa mempertimbangkan manfaat dari produk tersebut.	
		Gaya hidup	Membeli produk karena ingin tampil fashionable.	
Membeli produk karena				

			ingin mengikuti tren yang ada.	
		Iklan	Membeli produk karena adanya iklan yang menarik. Membeli suatu produk karena menyukai model yang mengiklankan.	
		Penilaian produk	Membeli produk karena rating penilaian tinggi. Membeli produk karena rekomendasi dari teman	
		Citra Merek	membeli produk yang sejenis dengan merek yang berbeda Selalu membeli produk dengan merek yang sama	
4.	<i>Financial Management Behavio (Y)</i>	Konsumsi (<i>consumption</i>)	Individu melakukan pertimbangan sebelum membeli barang. Individu mengatur pengeluaran dalam satu bulan	Xiao & Dew (2011), Arifin (2017) dan Herdjiono et al. (2016).
		Manajemen arus kas (<i>cash – flow managemen</i>)	Individu dapat menyusun anggaran keuangan pribadi untuk satu bulan Individu dapat mengontrol pengeluaran.	
		Tabungan dan Investasi (<i>Saving and investment</i>)	Individu menyisihkan uang untuk ditabung Individu menyisihkan uang untuk kebutuhan masa yang akan datang	
		Manajemen kredit (<i>Credit management</i>)	Individu dapat membayar biaya bulanan tepat waktu. Individu dapat mengelola pinjaman.	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Peneliti menggunakan *Partial Least Square* (PLS) versi 4.0 karena penelitian ini menggunakan teknik statistik multivariat. Statistik multivariat

merupakan penelitian yang terdiri dari satu atau lebih dari dua variabel secara bersama. Terdapat tidak variabel yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya variabel independent, variabel mediasi, dan variabel dependent. Alasan – alasan yang melatarbelakangi peneliti menggunakan model analisis PLS sebagai berikut (Muhson, 2022) :

1. Smart PLS menguji hubungan antar variabel sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan. Karena penelitian ini menguji hubungan antara *financial knowledge* dan *digital payment* terhadap *financial management behavior* dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi.
2. SmartPLS mampu menguji skala likert. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert, sehingga penelitian ini cocok menggunakan smartPLS.

Berdasarkan dari hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini dari evaluasi pengukuran model (*outer model*), evaluasi struktur model (*inner model*), dan pengujian hipotesis.

1. Evaluasi pengukuran model (*outer model*)

Outer model merupakan tahap pengukuran yang bertujuan untuk membuktikan validitas dan mengestimasi reliabilitas indikator dan konstruk. Dalam uji *outer model* terdapat beberapa beberapa pengujian diantaranya sebagai berikut :

- 1) Validitas konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen (*convergent Validity*) ini menunjukkan indikator variabel yang akan mewakili dari variabel latennya. Menurut

Muhson, (2022) *loading factor indikator* harus lebih dari 0,7. Hal ini berbeda dengan dengan yang dikatakan oleh Ghozali & latan (2015) dalam (Hamid & Anwar, 2019) bahwa nilai dari *loading factor* harus memiliki nilai 0,6 – 0,7.

2) Validitas diskriminan (*Diskriminant Validity*)

Validitas diskriminan (*diskriminant validity*) sebuah penelitian dikatakan baik apabila nilai dari *cross loading* memiliki nilai lebih besar dari pada nilai pada variabel lainnya, (Muhson, 2022). Selain itu, *diskriminant validity* juga dapat diukur dengan melihat nilai AVE (*verage Variance Extracted*). Nilai dari AVE dapat dikatakan baik, apabila nilainya lebih besar dari 0,05. Nilai dari AVE menggambarkan besaran varian indikator yang digunakan dalam variabel laten

3) *Composite reliability*

Composite reliability atau uji reabilitas merupakan untuk membuktikan ketepatan, konsisten, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruksi, (Hamid & Anwar, 2019). Terdapat dua cara dalam mengukur reabilitas suatu data, yaitu dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Praktisnya untuk menilai reabilitas konstruk adalah dengan melihat nilai *composite reliability*. Nilai *composite reliability* harus lebih dari 0,70, (Hamid & Anwar, 2019).

2. Struktur model (*inner model*)

Inner model merupakan model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan sebab akibat antar variabel laten atau variabel

yang tidak dapat diukur secara langsung. Dalam struktur model (*inner model*) dapat diuji dengan melihat pengujian *R-Square*. *R Square* digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independent dan variabel dependent. Terdapat beberapa kategori dari nilai *R-Square*, diantaranya apabila nilai *R-Square* sebesar 0.75 maka dapat dikatakan kuat, apabila nilai *R-Square* 0.50 maka dapat dikatakan moderat (Sedang), dan apabila nilai *R-Square* 0.25 maka dapat dikatakan lemah, (Hamid & Anwar, 2019).

3. Uji hipotesis

Pengujian hipotesis ini menggunakan metode resampling *bootstrap*. Metode ini menggunakan t-statistik atau uji t dibandingkan dengan t-tabel yakni lebih besar dari 1,98. Dengan demikian tidak memerlukan asumsi distribusi normal, (Muhson, 2022).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang atau sering disebut dengan UIN Maliki Malang salah satu kampus terbaik di bawah naungan kementerian agama republik indonesia. UIN Maliki Malang sering dijuluki dengan kampus Ulul Albab. Secara etismologi Ulul Albab memiliki arti orang – orang yang memiliki akal. Sedangkan secara terminologi ulul albab merupakan orang – orang yang memiliki ciri – ciri antara lain: beriman, berpengatahuan luas, berakhlak mulia, tekun beribadah, berjiwa sosial dan bertakwa. Al –Qur’an menyebutkan kata ulul albab sebanyak 16 kali (Aziz, 2007). Selain itu, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang pada saat ini memiliki delapan fakultas dengan empat puluh lima jurusan / program studi di strata satu dan memiliki mahasiswa sebanyak 17.573, (PDIKTI, 2022).

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sebuah universitas yang memiliki peringkat ke-3 menurut webometrics Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri di Indonesia pada tahun 2023. Dan menurut Surat Keputusan Direktur Dewan Eksekutif Bidang Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi, bahwa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang juga telah meraih peringkat akreditasi UNGGUL. Sesuai dengan visi dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang bahwa menjadi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri yang bereputasi unggul dan

bereputasi Internasional pada tahun 2025, (lpm – uinmalang, 2020). Pada tahun 2021, UIN Maliki Malang juga meraih predikat sebagai Universitas Islam Negeri terbaik pertama di Indonesia menurut UniRank. UniRank adalah sebuah lembaga yang membuat ranking perguruan tinggi internasional yang berbasis di Sydney, Australia. UniRank setiap tahunnya selalu merilis survei perguruan tinggi terbaik di dunia, (Wijaya, 2023).

4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden

Pada penelitian ini memiliki beberapa karakteristik responden yang digunakan untuk menentukan banyaknya sampel yang akan diperoleh. Berikut ini merupakan karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya :

- a) Karakteristik responden berdasarkan fakultas

Berikut merupakan jumlah responden berdasarkan fakultas yang ada di UIN Malang, sebagai berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Jumlah Responden	Persentase %
Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	30	8%
Syari'ah	23	6%
Humaniora	76	19%
Psikologi	22	6%
Ekonomi	197	50%
Sains dan Teknologi	26	7%
Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	17	4%
Jumlah	391	100%

Sumber :Data diolah peneliti,2024

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan sebesar 30 responden atau 8%. Responden dari mahasiswa fakultas syariah sebesar 23 atau 6%. Responden dari mahasiswa humaniora sebesar 76 responden atau 19%. Responden dari mahasiswa psikolog sebesar 22 responden atau 6%. Sedangkan responden dari fakultas sains dan teknologi sebesar 26 atau 7%. Selanjutnya dari fakultas kedokteran dan ilmu kesehatan sebesar 17 atau 4% responden dari fakultas ekonomi dengan jumlah responden 197 atau 50%. Mayoritas responden dari fakultas ekonomi.

b) Karakteristik responden berdasarkan angkatan mahasiswa

Berikut ini merupakan jumlah responden berdasarkan angkatan pada tahun ajaran 2023/2024, sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun Perkuliahan 2023/2024

Angkatan	Jumlah Responden	Persentase %
2020	172	44%
2021	73	19%
2022	74	19%
2023	72	18%
Jumlah	391	100%

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Pada tabel 4.2. menunjukkan bahwa responden angkatan 2020 sebanyak 172 atau 44% responden merupakan responden terbanyak dari pada angkatan tahun 2021 dengan responden 73 atau 19%, angkatan tahun 2022 sebanyak 74 responden atau 19%, dan angkatan 2023 dengan jumlah responden sebanyak 72 responden atau 18%.

c) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berikut ini merupakan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Laki – laki	129	33%
perempuan	262	67%
jumlah	391	100%

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Pada tabel 4.3 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwasanya kebanyakan responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 262. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa responden perempuan lebih banyak dari pada responden jenis kelamin laki – laki dengan jumlah responden sebanyak 129.

d) Karakteristik responden berdasarkan uang saku

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku

Uang Saku	Jumlah Responden	Persentase %
500.000 - 1.000.000	124	32%
1.000.000 - 1.500.000	183	47%
1.500.000 - 2.000.000	58	15%
2.000.000 - 2.500.000	14	4%
> 2.500.000	12	3%
Jumlah	391	100%

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.4 mengenai karakteristik responden berdasarkan uang saku bahwa mayoritas responden mendapatkan uang

saku sebesar 1.000.000 – 1.500.000 dengan jumlah responden sebanyak 183 atau 47%. Mahasiswa dengan jumlah uang saku 500.000 – 1.000.000 sebesar 32% atau 124 responden. Mahasiswa dengan jumlah uang saku 1.500.000 – 2.000.000 sebesar 15% atau 58 responden. Mahasiswa dengan jumlah uang saku 2.000.000 – 2.500.000 sebesar 4% atau 14 responden. Mahasiswa dengan jumlah uang saku >2.500.000 sebesar 3% atau 12 responden.

4.2 Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian

4.2.1 Distribusi Frekuensi Variabel *financial knowledge*

Distribusi frekuensi berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan oleh 391 mahasiswa UIN Malang dari semua fakultas untuk variabel *financial knowledge* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.5
Distribusi frekuensi variabel *Financial Knowledge*

NO.	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	FK1	4	1%	54	14%	87	22%	60	15%	186	48%	3,9
2.	FK2	5	1%	24	6%	143	37%	92	24%	127	32%	3,8
3.	FK3	2	1%	14	4%	114	29%	135	35%	126	32%	3,9
4.	FK4	5	1%	25	6%	152	39%	103	26%	106	27%	3,7
5.	FK5	46	12%	108	28%	151	39%	60	15%	26	7%	2,8
6.	FK6	47	12%	110	28%	155	40%	60	15%	19	5%	2,7
7.	FK7	35	9%	72	18%	156	40%	86	22%	42	11%	3,1
8.	FK8	35	9%	77	20%	154	39%	85	22%	40	10%	3,0
Rata – rata distribusi frekuensi variabel <i>financial knowledge</i>												3,4

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 mengenai jawaban responden pada variabel *financial knowledge* menunjukkan bahwa pada indikator FK6 memiliki nilai mean sebesar 2,7 yang artinya paling rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa

pemahaman responden mengenai cara mengatasi risiko asuransi dinilai belum cukup baik. Sedangkan untuk indikator yang memiliki nilai mean tertinggi adalah FK1 dan FK3 dengan nilai mean sebesar 3,9. Indikator FK1 mengenai membuat perencanaan keuangan pribadi, maka dapat diartikan bahwa keseluruhan responden selalu membuat perencanaan keuangan pribadinya dan FK3 mengenai mengelola keuangan untuk menabung, maka dapat diartikan bahwa keseluruhan responden dapat mengatur keuangannya untuk menabung.

Secara keseluruhan berdasarkan hasil distribusi frekuensi variabel *financial knowledge* menunjukkan bahwa mayoritas dari para mahasiswa menyatakan setuju terhadap variabel *financial knowledge* dengan rata – rata keseluruhan jawaban sebesar 3,4. Hal tersebut menunjukkan bahwa para mahasiswa masih memiliki pemahaman keuangan yang masih sedikit.

4.2.2 Distribusi Frekuensi Variabel *digital payment*

Tabel 4.6
Distribusi frekuensi variabel *Digital Payment*

NO.	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	DP1	3	1%	12	3%	56	14%	78	20%	242	62%	4,4
2.	DP2	29	7%	79	20%	146	37%	66	17%	71	18%	3,2
3.	DP3	12	3%	22	6%	52	13%	112	29%	193	49%	4,2
4.	DP4	18	5%	43	11%	80	20%	82	21%	168	43%	3,9
5.	DP5	11	3%	21	5%	78	20%	94	24%	187	48%	4,1
6.	DP6	18	5%	26	7%	63	16%	93	24%	191	49%	4,1
7.	DP7	13	3%	41	10%	107	27%	82	21%	148	38%	3,8
8.	DP8	51	13%	94	24%	102	26%	57	15%	87	22%	3,1
9.	DP9	3	1%	4	1%	15	4%	89	23%	280	72%	4,6
10.	DP10	2	1%	7	2%	52	13%	129	33%	201	51%	4,3
Rata – rata distribusi frekuensi variabel <i>digital payment</i>												4,0

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban responden mengenai *digital payment* menunjukkan bahwa pada indikator DP8 memiliki nilai mean sebesar 3,1 yang artinya memiliki nilai mean paling rendah. Indikator DP8 berisikan tentang penggunaan *digital payment* yang dipengaruhi oleh iklan di media sosial, maka dapat diartikan bahwa penggunaan *digital payment* pada mahasiswa tidak dipengaruhi oleh iklan pada media sosial. Sedangkan untuk indikator yang memiliki nilai mean tertinggi adalah DP9 dengan nilai mean sebesar 4,6 yang berisikan tentang penggunaan *digital payment* lebih dari 5 kali. Hal ini menunjukkan bahwa responden telah menggunakan *digital payment* lebih dari 5 kali. Dapat diartikan juga bahwa mahasiswa lebih sering menggunakan *digital payment* dalam melakukan transaksi.

Secara keseluruhan rata – rata jawaban mahasiswa atas pernyataan yang diajukan untuk variabel *digital payment* sebesar 4,0. Para mahasiswa menyatakan bahwa dengan adanya *digital payment* dapat mempermudah dalam mengelola keuangannya. Karena *digital payment* memberikan kemudahan dalam penggunaan, memberikan banyak manfaat seperti memberikan fitur – fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan lebih praktis dalam penggunaannya. Selain itu, *digital payment* memberikan keamanan bagi semua penggunanya.

4.2.3 Distribusi frekuensi variabel *financial management behavior*

Tabel 4.7
Distribusi frekuensi variabel *Financial Management Behavior*

NO.	ITEM	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	FMB1	8	2%	5	1%	12	3%	57	15%	309	79%	4,7
2.	FMB2	3	1%	9	2%	100	26%	104	27%	175	45%	4,1
3.	FMB3	46	12%	96	25%	78	20%	59	15%	112	29%	3,2
4.	FMB4	3	1%	23	6%	132	34%	124	32%	109	28%	3,8
5.	FMB5	3	1%	23	6%	132	34%	124	32%	109	28%	3,8
6.	FMB6	5	1%	26	7%	104	27%	155	40%	101	26%	3,8
7.	FMB7	0	0%	5	1%	105	27%	162	41%	119	30%	4,0
8.	FMB8	5	1%	17	4%	93	24%	136	35%	140	36%	4,0
Rata – rata distribusi frekuensi variabel <i>financiam management behavior</i>												3,9

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 jawaban responden mengenai *financial management behavior* menunjukkan bahwa pada indikator FMB3 memiliki nilai mean sebesar 3,2 yang artinya memiliki nilai mean paling rendah. Indikator FMB3 berisikan tentang menyusun anggaran keuangan pribadi setiap bulannya, dengan ini dapat diartikan bahwa responden belum sepenuhnya membuat anggaran keuangan setiap bulannya. Sedangkan untuk indikator yang memiliki nilai mean tertinggi adalah FMB1 dengan nilai mean sebesar 4,7 yang berisikan tentang melakukan pertimbangan sebelum membeli barang, maka dapat diartikan bahwa responden selalu melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian barang. Dan dapat diartikan juga bahwa responden tidak berperilaku konsumtif, karena responden melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian.

Secara keseluruhan rata – rata jawaban mahasiswa atas pernyataan yang diajukan untuk variabel *financial management behavior* sebesar 3,9. Para mahasiswa menyatakan bahwa dengan dapat mengelola keuangannya dengan baik

seperti selalu melakukan pertimbangan sebelum membeli barang, melakukan pengontrolan keuangan, menyalurkan pendapatan untuk ditabung, dan selalu membayar tagihan tepat waktu.

4.2.4 Distribusi frekuensi variabel perilaku konsumtif

Tabel 4.8
Distribusi frekuensi variabel Perilaku Konsumtif

NO.	ITEM	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	PK1	5	1%	2	1%	3	1%	16	4%	365	93%	4,9
2.	PK2	5	1%	2	1%	4	1%	42	11%	338	86%	4,8
3.	PK3	5	1%	2	1%	5	1%	48	12%	331	85%	4,8
4.	PK4	5	1%	2	1%	5	1%	33	8%	346	88%	4,8
5.	PK5	3	1%	5	1%	10	3%	47	12%	326	83%	4,8
6.	PK6	2	1%	6	2%	14	4%	48	12%	321	82%	4,7
7.	PK7	50	13%	98	25%	132	34%	50	13%	61	16%	3,4
8.	PK8	25	6%	51	13%	151	39%	68	17%	96	25%	4,8
9.	PK9	6	2%	5	1%	5	1%	28	7%	347	89%	4,8
10.	PK10	6	2%	2	1%	10	3%	28	7%	345	88%	4,4
11.	PK11	3	1%	12	3%	56	14%	78	20%	242	62%	3,9
12.	PK12	29	7%	79	20%	146	37%	66	17%	71	18%	3,2
Rata – rata distribusi frekuensi variabel perilaku konsumtif												4,4

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 jawaban responden mengenai perilaku konsumtif menunjukkan bahwa pada indikator PK12 memiliki nilai mean paling rendah yaitu sebesar 3,2. PK12 berisikan tentang pembelian produk dengan merek yang sama. Artinya mahasiswa selalu melakukan pembelian produk dengan merek yang berbeda. Sedangkan untuk indikator yang memiliki nilai mean tertinggi adalah PK1 dengan nilai mean sebesar 4,9 yang berisikan tentang melakukan pembelian produk karena adanya diskon, maka dapat diartikan bahwa para mahasiswa akan melakukan pembelian apabila terdapat diskon. Secara keseluruhan rata – rata

jawaban mahasiswa atas pernyataan yang diajukan untuk variabel perilaku konsumtif sebesar 4,4.

4.3 Hasil Analisis Data Dengan Smartpls

4.3.1 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan tahap pengukuran yang bertujuan untuk membuktikan validitas dan mengestimasi reliabilitas indikator dan konstruk. Pengujian ini merupakan langkah pertama untuk pengujian varian berdasarkan oleh konstruk. Dalam uji *outer model* dapat menggunakan *PLS Algorithm*. Adapun analisis yang dilakukan dalam analisis *outer model* yang berdasarkan nilai ada validitas konvergen, validitas diskriminan dan nilai realibilitas.

a. Validitas konvergen (*convergent Validity*)

Validitas konvergen ini menunjukkan indikator variabel yang akan mewakili dari variabel latennya. Pengujian validitas konvergen dapat dilihat dari hubungan antara nilai konstruk dengan nilai setiap *item* dari indikator variabelnya. Menurut Ghazali & Iatan (2015) bahwa nilai dari *loading factor* harus memiliki nilai 0,6 – 0,7, (Hamid & Anwar, 2019). Dalam analisis *convergent Validity* dapat meninjau nilai *loading factor* sebagaimana disajikan dalam tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.9
LoadingFactor

No.	ITEM	NILAI	KETERANGAN
<i>Financial Knowledge (X1)</i>	FK 1	0,828	Valid
	FK 2	0,873	Valid
	FK 3	0,845	Valid
	FK 4	0,726	Valid
<i>Digital Payment (X2)</i>	DP 3	0,672	Valid
	DP 4	0,660	Valid
	DP 7	0,690	Valid
	DP 9	0,744	Valid
	DP 10	0,787	Valid
<i>Financial Management Behavior (Y)</i>	FMB 2	0,789	Valid
	FMB 3	0,840	Valid
	FMB 4	0,825	Valid
	FMB 7	0,671	Valid
Perilaku Konsumtif (Z)	PK 1	0,925	Valid
	PK 2	0,758	Valid
	PK 3	0,911	Valid
	PK 4	0,911	Valid
	PK 5	0,928	Valid
	PK 10	0,855	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.9 besaran nilai *loading factor* pada setiap item yang mengukur variabel *financial knowledge* (pengetahuan keuangan) ditunjukkan pada FK1 sebesar 0,826,FK2 sebesar 0,873, FK3 sebesar 0,845, dan FK4 sebesar 0,726. Besaran nilai *loading factor* pada setiap item yang mengukur variabel *digital payment* sebesar 0,672 untuk DP3, sebesar 0,660 untuk DP4, sebesar 0,690 untuk DP7, sebesar 0,744 untuk DP9, dan sebesar 0,787 untuk DP10. Selanjutnya setiap item pada variabel *financial management behavior* yang dinyatakan valid FMB2 sebesar 0,789, FMB3 0,840, FMB4 0,825, FMB7 0,671. Dan yang terakhir adalah setiap item dari variabel perilaku konsumtif yang dinyatakan valid PK1 sebesar 0,925, PK2 sebesar 0,758, PK3 sebesar 0,911, PK4 sebesar 0,911, PK5 sebesar 0,928 dan PK10 sebesar 0,855.

Data yang telah tercantum pada tabel 4.9 merupakan item – item indikator setiap variabel yang telah diuji dengan validitas konvergen dan telah dinyatakan valid. Akan tetapi terdapat beberapa item pertanyaan yang dinyatakan tidak valid dari keseluruhan indikator variabel, diantaranya FK5 tentang resiko asuransi, FK6 tentang mengatasi resiko asuransi, FK7 tentang melakukan investasi, FK8 tentang manfaat investasi, DP1 tentang kemudahan dalam penggunaan *digital payment*, DP2 kemudahan dalam mempelajari *digital payment*, DP5 tentang kredibilitas atau keamanan yang diberikan oleh *digital payment*, DP6 tentang pemberitahuan saldo rekening, DP8 tentang penggunaan *digital payment* disebabkan oleh iklan di media, FMB1 tentang melakukan pertimbangan sebelum pembelian barang, FMB5 tentang menabung, FMB6 tentang investasi, FMB8 tentang mengelolah pinjaman, PK6 tentang pembelian produk karena ikut tren, PK7 tentang iklan produk yang menarik, PK8 tentang model iklan, PK9 tentang penilaian produk tinggi, PK11 tentang pembelian produk dengan merek yang berbeda, dan PK12 pembelian produk dengan merek yang sama.

b. Validitas diskriminan (*diskriminan validity*)

Dalam pengujian validitas diskriminan dalam menggunakan software smartpls dapat menggunakan *fornell-lacker criterion* dan *cross loading*. Penelitian yang dikatakan baik apabila nilai *fornell-lacker criterion* memiliki nilai korelasi konstruk yang lebih tinggi dari pada nilai korelasi konstruk variabel lainnya. Dan validitas diskriminan dapat dikatakan baik apabila nilai dari *cross loading* mempunyai nilai lebih besar dari pada nilai pada variabel

lainnya (Muhson, 2022). Selain itu, *diskriminant validity* juga dapat diukur dengan melihat nilai AVE (*verage Variance Exracted*). Nilai dari AVE dapat dikatakan baik, apabila nilainya lebih besar dari 0,05. Nilai dari AVE mengambarkann besaran varian indikator yang dapat dikandung dalam variabel laten. Dalam analisis *diskriminan validity* dapat melihat dari besaran nilai *fornell-lacker criterion* sebagaimana akan disajikan dalam tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10

Fornell-Lacker Criterion

	Financial Knowledge	Digital Payment	Financial Managemen Behavior	Perilaku Konsumtif
Financial Knowledge	0,820			
Digital Payment	0,243	0,712		
Financial Managemen Behavior	0,753	0,282	0,784	
Perilaku Konsumtif	0,156	0,391	0,174	0,883

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwasannya nilai *fornell-lacker criterion* untuk *financial knowledge* terhadap variabel *financial knowledge* sebesar 0,820 yang nilainya lebih besar dibandingkan dengan nilai variabel *financial knowledge* terhadap variabel lainnya. Selanjutnya, untuk nilai *digital payment* terhadap variabel *digital payment* sebesar 0,712. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai variabel *digital payment* terhadap variabel lainnya. Besarn nilai variabel *financial management behavior* terhadap variabel *financial management behavior* memiliki nilai sebesar 0,784. Dimana nilai tersebut memiliki nilai yang besar dibandingkan dengan nilai variabel *financial management behaviori* terhadap variabel lainnya.

Sedangkan nilai variabel perilaku konsumtif terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 0,883. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai variabel perilaku konsumtif terhadap variabel lainnya. Dengan demikian nilai – nilai *fornell-lacker criterion* diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan variabel yang telah diajukan dapat dinyatakan valid.

Selanjutnya, juga dapat melihat nilai dari *cross loading* dalam melakukan pengujian *diskrimanan validity*. Berikut ini merupakan nilai *cross loading* dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 4.11
Cross Loading

	X1	X2	Y	Z	X1*Z	X2*Z
FK1	0,828	0,267	0,651	0,113	-0,019	-0,045
FK2	0,873	0,221	0,647	0,090	-0,052	-0,037
FK3	0,845	0,169	0,644	0,183	-0,125	-0,100
FK4	0,726	0,126	0,518	0,129	-0,095	-0,081
DP3	0,071	0,672	0,142	0,282	0,001	-0,193
DP4	0,128	0,660	0,107	0,149	0,104	-0,042
DP7	0,203	0,690	0,170	0,236	-0,029	-0,154
DP9	0,219	0,744	0,258	0,388	-0,302	-0,404
DP10	0,193	0,787	0,250	0,267	-0,044	-0,200
FMB2	0,573	0,252	0,789	0,220	-0,126	-0,164
FMB3	0,729	0,213	0,840	0,012	0,065	0,026
FMB4	0,572	0,207	0,825	0,122	-0,082	-0,084
FMB7	0,444	0,223	0,671	0,252	-0,174	-0,259
PK1	0,147	0,330	0,168	0,925	-0,648	-0,789
PK2	0,138	0,383	0,158	0,911	-0,596	-0,729
PK3	0,164	0,357	0,179	0,911	-0,597	-0,710
PK4	0,168	0,320	0,176	0,928	-0,607	-0,731
PK5	0,104	0,355	0,124	0,855	-0,427	-0,619
PK10	0,074	0,365	0,085	0,758	-0,460	-0,574
X1*Z	-0,087	-0,123	-0,083	-0,639	1,000	0,525
X2*Z	-0,079	-0,316	-0,132	-0,790	0,525	1,000

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan dari tabel 4.11, menunjukkan bahwa nilai dari korelasi indikator konstruk lebih tinggi dari pada korelasi indikator lainnya. Dengan ini, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini yang meliputi *financial knowledge*, *digital payment*, *financiam management behavior* serta perilaku konsumtif dinyatakan valid.

Selanjutnya, melihat besaran nilai *average variance extracted* (AVE) sebagaimana yang akan dipaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Financial Knowledge (X1)	0,673
Digital Payment (X2)	0,507
Financial Managemen Behavior	0,615
Perilaku Konsumtif (Z)	0,780

Sumber: Data diolah penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.12, bahwasanya nilai AVE pada konstruk variabel *financial knowledge* sebesar 0,673, *digital payment* sebesar 0,7507, *financial management behavior* sebesar 0,615, dan perilaku konsumtif sebesar 0,780. Seluruh nilai AVE pada setiap variabel memiliki nilai lebih tinggi dari 0,5 yang artinya penelitian ini dinyatakan valid. Seperti pendapat Ghozali & Lattan, 2015 yang tertuang dalam Hamid & Anwar, 2019 menyatakan bahwa nilai dari AVE harus lebih dari 0,5.

c. Uji Reabilitas

Tabel 4.13
Cronbach Alpha dan CPOSITE Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (Rho_A)</i>
Financial Knowledge (X1)	0,836	0,845
Digital Payment (X2)	0,773	0,795
Financial Management Behavior (Y)	0,791	0,813

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan variabel *financial knowledge* dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* sebesar 0,836 dan 0,845. variabel *digital payment* memiliki nilai sebesar 0,773 dan 0,795. Selanjutnya, variabel *financial management behavior* memiliki nilai sebesar 0,791 dan 0,813. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai dari masing – masing konstruk menunjukkan seluruh konstruk dalam penelitian dinyatakan reliabel.

4.3.2 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian *inner model*. Uji *inner model* dilakukan untuk melihat hubungan antar konstruk, nilai signifikan, dan *R-Square* dari model penelitian. Penilaian *inner model* dapat dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* tiap variabel dependent. Tabel 4.3.6 dibawah ini merupakan hasil dari pengujian *inner model*.

Tabel 4.14
R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Financial Management Behavior (Y)	0,581	0,575

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan nilai *R-Square* diatas yang menunjukkan bahwasanya variabel endogen (dependent) dalam penelitian adalah perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) yang memiliki nilai *R-Square* 0,581. Nilai *R-Square* tersebut menunjukkan bahwa *financial management behavior* sebagai variabel endegon (dependent) dapat dipengaruhi oleh variabel eksogen (independent), yaitu *financial knowledge* dan *digital payment* sebesar 58,1% dan untuk sisanya sebesar 41,9 dipengaruhi oleh variabel yang yang tidak disebut oleh penelitian ini. Dengan nilai *R-Square* sebesar 0,581, maka dapat dikatan model dalam penelitian ini termasuk kedalam kategori moderat atau sedang.

4.3.3 Uji Hipotesis

Untuk melihat besaran signifikansi suatu pengaruh antar variabel dapat dilihat pada nilai T–statistik dan koefisien parameter dengan metode *bootstrapping*. Pada penelitian ini menggunakan *two-tailed* dengan T-tabel 1,96 (level signifikasi 5%) (Muhson, 2022). Berikut ini adalah hasil *bootstraspping* yang dilakukan dalam penelitian ini dengan memperoleh nilai sebagai berikut :

Tabel 4.15
Path Coefficient (Boostrapping)

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	0,730	26,455	0,000
X2 -> Y	0,094	2,364	0,018

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Hasil dari *path coefficient* dari tabel 4.15 diatas, menunjukkan variabel X1 yaitu *financial knowledge* terhadap Y yaitu *financial management*

behavior memiliki nilai T-Statistik sebesar 26,455 dan nilai dari *P –Value* kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Besaran dari nilai tersebut menunjukkan bahwa *financial knowledg* berpengaruh signifikan atau dalam hal ini dinyatakan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Pada variabel *digital payment* (X2) terhadap Y yaitu *financial management behavior* memiliki nilai T-Statistik sebesar 2,364 dan nilai dari *P –Value* kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,018. Besaran dari nilai tersebut menunjukkan bahwa *digital payment* berpengaruh signifikan atau dalam hal ini dinyatakan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak.

4.3.4 Uji Hipotesis Moderasi

Dalam penelitian, variabel moderasi dapat dikatakan memiliki pengaruh moderasi atau memiliki peran dalam memoderasi apabila nilai *P-Value* kurang dari 0,05 dan apabila memiliki nilai *P-Value* lebih dari 0,05 maka variabel moderasi tidak berperan dalam memoderasi hubungan suatu variabel independen terhadap variabel dependent. Berikut ini adalah hasil uji pengaruh moderasi :

Tabel 4.16
Uji Pengaruh Moderasi

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
Z*X1 -> Y	0,010	0,215	0,830
Z*X2 -> Y	-0,032	1,139	0,255

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Hasil dari uji pengaruh moderasi dari tabel 4.16 diatas, menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif dalam memoderasi hubungan antara variabel *financial knowledge* terhadap variabel *financial management behavior* dengan memiliki nilai koefisien sebesar 0,010, dan memiliki nilai

P-Value sebesar 0,830, artinya perilaku konsumtif dapat berpengaruh positif dalam hubungan antara *financial knowledge* terhadap *financial management behavior* namun secara tidak signifikan. Dengan kata lain, variabel perilaku konsumtif tidak dapat memoderasi hubungan antara variabel *financial knowledge* terhadap variabel *financial management behavior*. Sedangkan perilaku konsumtif dalam memoderasi hubungan antara variabel *digital payment* terhadap variabel *financial management behavior* memiliki nilai koefisien sebesar -0,032 dan memiliki nilai *P-Value* 0,255 yang artinya perilaku konsumtif dapat memperlemah *digital payment* terhadap *financial management behavior* namun secara tidak signifikan. Dengan kata lain, hasil penelitian ini adalah perilaku konsumtif tidak dapat memoderasi hubungan antara *digital payment* terhadap *financial management behavior*.

4.4 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, maka dapat menjawab berbagai hipotesis yang telah dicantumkan dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan kesimpulan dari hasil olah data yang telah dilakukan diantaranya :

1) Pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*

Pada variabel *financial knowledge* memiliki pengaruh pada variabel *financial management behavior* sebagaimana yang telah ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,730, *T-Statistik* sebesar $26,455 > 1,96$ dan dari *P-Value* kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan variabel *financial knowledge* memiliki pengaruh positif terhadap variabel

financial management behavior secara signifikan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak.

2) Pengaruh *digital payment* terhadap *financial management behavior*

Pada variabel *digital payment* menunjukkan bahwa, *digital payment* mampu memberikan pengaruh namun tidak signifikan pada *financial management behavior* sebagaimana yang telah dibuktikan dengan nilai sebesar 0,094 untuk nilai koefisien atau nilai *original sampel*, nilai sebesar 2,364 > 1,96 untuk *T-Statistic* dan memiliki nilai lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,018 untuk *P-Value*. Hal ini menunjukkan variabel *digital payment* mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan pada *financial management behavior*. Artinya H2 dalam penelitian ini dapat diterima dan H0 ditolak.

3) Pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial management behavior* dengan perilaku konsumtif sebagai moderasi

Pada variabel perilaku konsumtif dalam memoderasi hubungan antara *financial knowledge* terhadap *financial management behavior* memiliki nilai koefisien sebesar 0,010, *T-Statistic* 0,8215 < 1,96 dan memiliki nilai sebesar 0,830 untuk *P-Value*, yang artinya perilaku konsumtif dapat memperkuat dalam hubungan antara pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) terhadap perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) namun secara tidak signifikan. Dengan kata lain, variabel perilaku konsumtif tidak dapat memoderasi hubungan antara

financial knowledge terhadap *financial management behavior*, sehingga dapat dikatakan bahwa H3 dalam penelitian ini ditolak dan H0 diterima.

- 4) Pengaruh *digital payment* terhadap *financial management behavior* dengan perilaku konsumtif sebagai moderasi

Pada variabel perilaku konsumtif dalam memoderasi hubungan *digital payment* terhadap *financial management behavior* memiliki nilai koefisien sebesar -0,032, *T-Statistic* 1,139 < 1,96 dan memiliki nilai sebesar 0,255 untuk *P-Value*. Nilai – nilai tersebut memiliki arti bahwa perilaku konsumtif dapat memperlemah *digital payment* terhadap *financial management behavior* namun secara tidak signifikan. Dengan kata lain, perilaku konsumtif tidak dapat memoderasi hubungan antara *digital payment* terhadap *financial management behavior*, sehingga dapat dikatakan bahwa H4 dalam penelitian ini ditolak dan H0 diterima.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dan telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa pengaruh *financial knowledge* dan *digital payment* terhadap *financial management behavior* dengan perilaku konsumtif dalam memoderasi kedua variabel independent tersebut sebagai berikut :

4.5.1 Pengaruh *Financial Knowledge* Terhadap *Financial Management Behavior*

Dari pengujian data yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa *financial knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* mahasiswa UIN Malang. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis (H1) dalam penelitian ini dapat diterima. Hasil dari

penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina & Mardiana (2020), Arifin (2017), Ningtyas (2019), Siskawati & Ningtyas (2022), Ningtyas & Wafiroh (2019), Dewanti & Asandimitra (2021), Shinta (2018), Azzahra & Kartini (2022), Trisnowati et al. (2020), dan (Immamah & Handayan 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial management behavior* dapat dipengaruhi oleh variabel *financial knowledge*. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa apabila seorang mahasiswa mampu memahami mengenai resiko asuransi, memahami dunia investasi, dan dapat memahami dasar pengetahuan keuangan dengan baik, maka pengelolaan keuangan mereka baik pula. Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator yang digunakan dalam variabel *financial knowledge* diantaranya pengetahuan umum keuangan, pengetahuan mengenai tabungan dan pinjaman, pengetahuan asuransi dan pengetahuan mengenai investasi. Berdasarkan hasil perhitungan data yang diperoleh, indikator yang memiliki nilai *loading factor* tertinggi adalah indikator pengetahuan umum keuangan pada item Pengetahuan evaluasi pengeluaran dengan nilai sebesar 0,873. Hal ini menunjukkan bahwa indikator pengetahuan umum keuangan merupakan indikator yang mendominasi dalam variabel *financial knowledge*. Dengan demikian, para mahasiswa selalu melakukan evaluasi pada pengeluaran yang telah dilakukan. Dengan ini para mahasiswa mengontrol keuangan dengan melakukan evaluasi pengeluaran. Sehingga dapat dikatakan bahwa para mahasiswa dapat mengelola keuangannya dengan baik.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara tingkat pengetahuan keuangan mahasiswa dengan perilaku keuangan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik cenderung lebih sedikit memiliki masalah keuangan, lebih sedikit hutang dan dapat mencapai tujuan keuangan jangka pendek dan panjang yang mahasiswa inginkan. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik, mereka lebih mampu untuk mengidentifikasi pengeluaran yang lebih utama dan dapat mengelola uang saku yang mereka dapatkan untuk kebutuhan pokok karena mereka memiliki kesadaran finansial. Selain itu, mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan baik juga lebih cenderung untuk melakukan menabung secara konsisten. Sebab, mereka memiliki pemahaman tentang pengelolaan keuangan sehingga mereka akan berpikir jangka panjang apabila akan melakukan sebuah pengeluaran. Pengetahuan keuangan dapat mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan berinvestasi. Karena dengan seseorang memiliki pengetahuan keuangan yang baik, mereka akan memiliki pemahaman dalam melakukan investasi. Menurut Putri, (2021) literasi keuangan memberikan dampak kepada seseorang dalam melakukan keputusan investasi. Sebab literasi keuangan memiliki hubungan dengan pengambilan keputusan investasi. Dimana literasi keuangan memberikan pemahaman – pemahaman terkait investasi, sehingga mereka dapat terhindar dari permasalahan – permasalahan investasi, seperti investasi bodong. Subaida & Hakiki, (2021) juga menyatakan bahwa pengetahuan keuangan dapat

berdampak pada pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Pengetahuan keuangan menjadi dasar seseorang sebelum melakukan investasi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewanti & Asandimitra (2021) dan Shinta (2018) menunjukkan bahwa *financial knowledge* berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*), yang artinya apabila seseorang memiliki pengetahuan keuangan yang baik, maka akan dapat membuat keputusan keuangan dengan melakukan pertimbangan yang baik. Sehingga dapat mengelola keuangan dengan baik pula.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *theory of planned behavior*, teori ini mengatakan informasi adalah sumber pengetahuan bagi seseorang, informasi yang didapatkan dapat memengaruhi perilaku seseorang (Ajzen, 1991). Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan seseorang yang mempunyai pendidikan atau tingkat pengetahuan yang tinggi. Mahasiswa cenderung lebih memperhatikan serta selalu berhati – hati untuk masa depannya, sehingga dapat mendorong mahasiswa untuk selalu mencari informasi mengenai keuangan, asuransi, investasi dan penerapan kredit. Dengan hal ini mahasiswa dapat menerapkan perilaku manajemen keuangannya dengan baik.

Menurut Herdjiono et al., (2016) menyatakan tinggi rendahnya pengetahuan keuangan seseorang, tidak akan berpengaruh besar terhadap perilaku keuangan. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor lingkungan sekitar, tingkat pendidikan, jenis kelamin dan sebagainya. Sehingga seseorang yang

memiliki pengetahuan keuangan yang mumpuni atau baik, belum tentu dapat mengelola keuangannya dengan baik.

Seseorang yang dalam mengelola keuangannya kurang baik, alangkah baiknya terus belajar dan memami terkait keuangan. Hal ini tentunya juga akan memberikan dampak yang positif bagi di masa depan yang akan datang. Islam telah mewajibkan seluruh umatnya untuk selalu menuntut ilmu. Sebagaimana yang telah ditegaskan dalam riwayat Anas bin Malik, berkata, Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: طَلَبُ الْعِلْمِ
فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ وَ مُسْلِمَةٍ

Artinya : “ *Rasulullahi SAW bersabda: menuntut ilmu itu hukumnya wajib, baik untuk laki – laki dan perempuan*”.

Allah SWT telah memerintahkan seluruh umatnya baik laki – laki dan perempuan untuk selalu mencari ilmu atau menuntut ilmu. Allah SWT telah memerintahkan umatnya untuk menuntut ilmu, karena terdapat banyak keutamaan dari ilmu. Keutamaan ilmu sendiri tidak bisa dibandingkan dengan apapun. Allah SWT telah menjelaskan dalam beberapa ayat al – qur’an, serta dalam hadist Rasulullah SAW. Allah SWT berfirman :

شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا بِالْقِسْطِ

Artinya : "Allah telah menyaksikan bahwa tiada Tuhan selain-Nya, juga para Malaikat dan orang-orang yang berilmu..." (Tafsir QS. Al – imron, ayat 18)

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

Artinya : "Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman di antara kalian dan orang-orang yang berilmu sampai beberapa derajat". (tafsir QS. al- Mujadalah, ayat 11)

4.5.2 Pengaruh *Digital Payment* Terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* mahasiswa UIN Malang. Dengan demikian menunjukkan bahwa hipotesis (H2) dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawar et al. (2023,) dan Azzahra & Kartini (2022) *financial technology payment* berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa *financial management behavior* juga dapat dipengaruhi oleh variabel *digital payment*. Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator yang digunakan dalam variabel *digital payment* diantaranya persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kredibilitas (*perceived credibility*), pengaruh sosial (*social influence*), intensitas penggunaan layanan (*behavior intentions*). Berdasarkan hasil perhitungan data yang diperoleh, indikator yang memiliki nilai *loading factor* tertinggi adalah indikator intensitas penggunaan layanan (*behavior intentions*) pada item sering menggunakan *digital payment* pada saat belanja online dan offline dengan nilai 0,787. Hal ini menunjukkan bahwa indikator intensitas penggunaan layanan (*behavior intentions*) merupakan indikator yang mendominasi dalam variabel *digital payment*. Selain itu, juga menunjukkan

bahwa para mahasiswa selalu menggunakan *digital payment* pada saat melakukan pembelian baik secara online maupun offline.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *digital payment* sangat mudah digunakan. Hal ini dapat ditunjukkan pada indikator persepsi kemudahan penggunaan dengan item *digital payment* memberikan kemudahan dalam bertransaksi memiliki nilai mean sebesar 4,4. Nilai mean tersebut dapat di kategori SS (sangat setuju), sehingga para mahasiswa merasakan kemudahan yang diberikan *digital payment* dalam melakukan transaksi. Dengan adanya persepsi kemudahan yang diberikan oleh *digital payment*, hal ini dapat menjadikan mahasiswa sebagai salah satu pengguna terbanyak dalam pembayaran melalui *digital payment*. Karena mahasiswa menyukai hal yang praktis dan fleksibel dalam melakukan transaksi baik secara online maupun offline.

Digital payment ini terdiri dari E-wallet, kartu debit, dan Qr kode. Dalam *digital payment* terdapat berbagai fitur yang telah disediakan, salah satunya adalah pencatatan transaksi atau fitur riwayat transaksi. dengan adanya fitur ini, para mahasiswa dapat melacak pengeluaran yang telah dilakukan secara lebih akurat. Melalui fitur pencatatan dan laporan keuangan yang telah disediakan oleh platform digital, mahasiswa dapat lebih mengetahui pola pengeluaran keuangannya, sehingga dapat membantu mahasiswa untuk mengelola keuangan dengan lebih efektif dan baik. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Azzahra & Kartini, (2022) bahwa *financial technology payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Yogyakarta. Dalam penelitian ini mengatakan bahwa apabila *financial technology payment* mampu dimanfaatkan dengan maksimal, maka *financial managemen behavior* yang dimiliki oleh mahasiswa Yogyakarta akan meningkat secara signifikan. T. Wulandari et al.,(2022) dalam penelitian juga menghasilkan bahwa *payment gateway* berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *payment gateway* memberikan fitur yang mudah dalam bertransaksi dengan hanya menggunakan *smartphone*, sehingga dapat meningkatkan perilaku keuangan mahasiswa lebih baik.

Meskipun *digital payment* memiliki banyak keuntungan yang diberikan, seperti kemudahan dalam penggunaan, manfaat yang diberikan kepada penggunanya, dan keamanan yang di berikan bagi penggunannya, *digital payment* juga memberikan dampak buruk terhadap perilaku manajemen keuangan penggunannya. Salah satunya adalah pengeluaran menjadi tidak terkontrol. Dalam teori *behavior finance* bahwa pengelolaan keuangan juga dapat disebabkan oleh pengaruh psikologi. Dalam penggunaan *digital payment*, seperti menggunakan kartu kredit atau *e-money* dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap uang. Seperti halnya penelitian yang dilakukan (Siskawati & Ningtyas, 2022) menyatakan bahwa *financial technologi* memiliki pengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan. Dapat dikatakan bahwa seseorang akan cenderung lebih boros pada saat menggunakan kartu kredit dari pada uang tunai, karena apabila seseorang menggunakan uang tunai mereka akan merasakan efek langsung dari

pengeluaran tersebut. Sedangkan apabila seseorang menggunakan *digital payment* dalam melakukan pembayaran, maka mereka tidak merasakan efek langsung dari pengeluaran tersebut. Sehingga dapat mengakibatkan seseorang menjadi boros.

Kemudahan yang diberikan oleh *digital payment* dapat membuat seseorang menjadi cenderung untuk lebih melakukan pembelian impulsif dalam melakukan pembelian. Seseorang dapat dengan mudah untuk melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan barang tersebut. Sehingga hal ini dapat menyebabkan pengeluaran seseorang menjadi tidak terkontrol dan tidak dapat mengelola keuangan dengan baik. Tetapi dalam penelitian Agustin et al., (2022) *digital payment* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Walaupun *digital payment* memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi apabila dana yang dimiliki mahasiswa tidak cukup atau uang saku yang diterima sedikit maka mahasiswa tidak akan melakukan pembelian dan mahasiswa tidak akan berperilaku konsumtif. Data yang didapat rata – rata responden jumlah uang saku Rp500.000 – Rp1.000.000 sebanyak 124 atau 32% dan jumlah uang saku Rp1.000.000 - Rp1.500.000 sebanyak 183 atau 47%. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa *digital payment* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. seperti halnya penelitian aqilla fatimah Azzahra et al., (2024) bahwa *financial payment* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku manajemen keuangan seorang mahasiswa.

Dalam islam telah dijelaskan bahwa allah telah melarang umatnya untuk tidak melakukan menghamburkan – hamburkan hartanya. Karena didalam hartanya terdapat hak milik orang lain dan sifat boros adalah saudara dari setan. Hal ini telah dijelaskan di dalam Al – qur’an surat Al- Isra’ ayat 26 yang berbunyi sebagai berikut.

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ ۖ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya “Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.” (Tafsir QS. Al – Isra’ ayat 26).

Dari ayat diatas telah dijelaskan bahwa didalam harta yang dimiliki terdapat hak bagi kerabat, orang miskin dan musafir atau orang dalam perjalanan. Selain itu, ayar tersebut juga menegaskan larangan untuk membuang – buang harta secara boros.

4.5.3 Pengaruh Perilaku Konsumtif dalam Memoderasi Hubungan Antara *Financial Knowledge Terhadap Financial Management Behavior*

Berdasarkan pengujian data yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel perilaku konsumtif tidak memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) dan perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) mahasiswa UIN Maliki Malang. Dengan demikian, maka hipotesis (H3) dalam penelitian ini ditolak dan H0 diterima. Hasil penelitian ni tidak sesuai dengan hipotesis yang disajikan, dimana pada hipotesis dijelaskan bahwa perilaku konsumtif

mampu memperlemah hubungan pengetahuan keuangan terhadap *financial management behavior*.

Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif tidak dapat menjadi variabel moderasi memoderasi hubungan pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) dan perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) mahasiswa UIN Maliki Malang. Sebab para responden yaitu mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang rendah. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *mean* dalam variabel *financial management behavior* yang tertinggi adalah pada item pertanyaan selalu melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian barang pada indikator konsumsi dengan nilai *mean* sebesar 4,7. Hal ini masuk kedalam kategori SS (sangat setuju), sehingga para mahasiswa selalu melakukann pertimbangkan sebelum melakukan pembelian barang. Yang artinya para mahasiswa dapat membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan sesaat. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini perilaku kosnumtif tidak dapat memperlemah atau memoderasi hubungan antara *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*.

Selain itu, hasil penelitian yang didapatkan juga dikarenakan rata – rata responden jumlah uang saku Rp500.000 – Rp1.000.000 sebanyak 124 atau 32% dan jumlah uang saku Rp1.000.000 - Rp1.500.000 sebanyak 183 atau 47%, dimana jumlah uang saku sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumsif seseorang. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Armelia & Irianto, 2021) bahwa jumlah uang saku pada mahasiswa sangatlah

berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dari hasil penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa semakin tinggi uang saku yang dimiliki mahasiswa, maka semakin kuat mahasiswa untuk berperilaku konsumtif seperti digunakan untuk traveling, untuk hiburan atau untuk nongkrong bersama teman – temannya. Jika seseorang memiliki jumlah uang saku yang besar, hal ini dapat memungkinkan seseorang tersebut lebih cenderung untuk membelanjakan uang saku tersebut untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan yang tidak penting secara implusif. Dan seseorang tersebut akan lebih mudah tergoda untuk membeli barang – barang yang tidak direncanakan, karena hanya untuk memuaskan keinginan sesaat. Sebaliknya apabila uang saku yang dimiliki mahasiswa dengan jumlah yang rendah maka semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa.

Dalam teori perilaku keuangan atau *behavior finance theory* terdapat tiga aspek yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang, salah satunya adalah aspek sosiologi. Dalam aspek sosiologi terdapat satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan yaitu faktor demografi. Faktor demografi ini tidak berpacu pada usia saja, tetapi tingkat ekonomi seseorang seperti tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, dan sebagainya. Berdasarkan teori tersebut, bahkan tingkat pendapatan juga berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Menurut Anwar Prabu, (2019) bahwa pada kalangan mahasiswa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kekuatan sosial khususnya faktor kelas

sosial dalam kekayaan. Dalam posisi mahasiswa kekayaan yang dimaksud adalah uang saku.

Berdasarkan data yang diperoleh rata – rata responden yaitu mahasiswa UIN Malang memiliki uang saku yang tergolong rendah dikalangan mahasiswa. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini perilaku konsumtif tidak dapat memperlemah atau memoderasi hubungan antara *financial knowledge* terhadap perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*). Karena para mahasiswa UIN Maliki Malang dapat mengelola keuangannya secara bijak.

Mengelola keuangan yang dimiliki dengan cara tidak berperilaku secara konsumtif dalam melakukan pembelian barang dan mengutamakan kebutuhan dari pada keinginan yang hanya timbul sesaat merupakan suatu hal yang perlu diterapkan doleh setiap mahasiswa agar terhindar dari perilaku boros. Dalam Al-qur'an dijelaskan pada surah Al – Furqon ayat 67 bahwa allah SWT. telah melarang manusia untuk berperilaku menghamburkan – hamburkan hartanya. Dengan membelanjakan barang yang tidak penting dan tidak sesuai dengan kebutuhannya. Surah Al – Furqon ayat 67 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : “ Dan (termasuk hamba – hamba tuhan yang maha pengasih) orang – orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar.”(Tafsir QS Al – Furqon : 67).

4.5.4 Pengaruh Perilaku Konsumtif dalam Memoderasi Hubungan Antara *Digital Payment Terhadap Financial Management Behavior*

Berdasarkan pengujian data yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel perilaku konsumtif tidak memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan *digital payment* dan *financial management behavior* mahasiswa UIN Malang. Dengan demikian, maka hipotesis (H4) dalam penelitian ini ditolak. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa, meskipun mahasiswa memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif dengan menggunakan *digital payment*, hal tersebut tidak dapat mempengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan.

Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif tidak dapat menjadi variabel moderasi dalam memoderasi hubungan *digital payment* dan *financial management behavior* mahasiswa UIN Malang. Sebab para responden yaitu mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang rendah. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *mean* dalam variabel *financial management behavior* yang tertinggi adalah pada item pertanyaan selalu melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian barang pada indikator konsumsi dengan nilai *mean* sebesar 4,7. Hasil penelitian yang didapatkan juga dikarenakan rata – rata responden jumlah uang saku Rp500.000 – Rp1.000.000 sebanyak 124 atau 32% dan jumlah uang saku Rp1.000.000 - Rp1.500.000 sebanyak 183 atau 47%, dimana jumlah uang saku sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang. apabila seseorang memiliki jumlah uang saku yang tinggi, maka tinggi pula perilaku konsumtifnya. Dan sebaliknya, apabila seseorang memiliki jumlah uang

saku yang rendah, maka rendah pula perilaku konsumtifnya. Berdasarkan data rata – rata jumlah uang saku yang didapatkan, dapat dikatakan bahwa uang saku mahasiswa UIN Malang tergolong rendah.

Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif tidak dapat menjadi variabel moderasi dalam memoderasi hubungan *digital payment* dan *financial management behavior* mahasiswa UIN Malang. Hal ini dapat menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa dari pada perilaku konsumtif. *Digital payment* memiliki pengaruh secara langsung terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. karena *digital payment* dapat memengaruhi cara mahasiswa dalam mengakses, melacak, dan mengontrol pengeluaran keuangan. oleh sebab itu, *digital payment* dapat mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa secara keseluruhan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cristanti et al., (2021) menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengelolaan keuangan. Dalam penelitian ini, juga menyebutkan bahwa gaya hidup merupakan bagian dari perilaku konsumtif yang mampu mengubah mahasiswa dalam mengelola keuangannya. Karena gaya hidup dapat mengakibatkan pembelian secara impulsif mahasiswa meningkat, sebab mahasiswa sering melakukan pembelian hanya karena adanya trend yang ada atau hanya mementingkan gengsi. Mahasiswa seringkali terpengaruhi oleh trend dan gaya hidup yang ada pada media sosial. Mahasiswa mudah tertarik untuk membeli produk atau mengikuti

gaya hidup yang dipopulerkan oleh para influencer pada platform media sosial. Hal tersebut dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Apabila mahasiswa memiliki gaya hidup yang cenderung lebih bersikap konsumtif, hal ini dapat memunculkan kebiasaan pengeluaran yang tidak dapat dikendalikan. Oleh sebab itu, dapat mengakibatkan pengelolaan keuangan mahasiswa menjadi berantakan dan tidak teratur.

Dengan adanya pengelolaan keuangan secara baik dapat menghindarkan dari sifat boros dan perilaku konsumtif. Dalam Islam berperilaku boros dan konsumtif sangatlah dilarang, Islam telah menjelaskan di dalam QS. Al-Isra' ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ ۙ كَفُورًا

Artinya : “*Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.*” (Tafsir QS. Al-Isra' ayat 27).

Berdasarkan ayat di atas, menjelaskan bahwa orang – orang yang boros dianggap sebagai saudara setan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dan penghamburan harta merupakan perilaku yang dilarang dalam agama Islam.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menarik sebuah kesimpulan dari hasil penelitian yang mengacu pada rumusan masalah yang telah diajukan. Adapun kesimpulan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. *Financiak knowledge* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan (*financiam management behavior*) mahasiswa UIN Maliki Malang. Dengan memiliki pengetahuan keuangan yang baik, maka mahasiswa dapat mengelola keuangannya dengan baik seperti dapat mengatur keangan dalam satu bulan, dapat mengontrol pengeluaran, dapat menyisihkan uang untuk menabung dan dapat membayar tagihan tepat waktu. Dalam hal ini, pengetahuan keuangan sangatlah berpengaruh dalam mengelola keuangan mahasiswa.
2. *Digital payment* memiliki pengaruh secara positif dan signifika terhadap perilaku pengelolaan keuangan (*financiam management behavior*) mahasiswa UIN Maliki Malang. Dengan hal tersebut, menunjukkan bahwa kemudahan yang diberikan oleh *digital payment* dalam transaksi sangat memberikan manfaat bagi penggunanya terutama bagi kalangan mahasiswa untuk mengeloka keuangannya. Karena *digital payment* menyediakan fitur pencataan pengeluaran dalam setiap transaksi, sehingga mahasiswa dapat mengontrol keuangannya dengan mudah.

3. Perilaku konsumtif tidak memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan *financial knowledge* terhadap perilaku pengelolaan keuangan (*financiam management behavior*) mahasiswa UIN Malang. Hal ini dapat diketahui bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa tidak dapat memoderasi sebagai faktor memperlambat dalam pengelolaan keuangan mahasiswa UIN Malang. hal ini terjadi karena, mahasiswa UIN Malang cenderung mempertimbangan sebelum membeli suatu barang. Jadi oleh sebab itu, perilaku konsumtif tidak dapat memoderasi hubungan antara hubungan *financial knowledge* terhadap perilaku pengelolaan keuangan (*financiam management behavior*) mahasiswa UIN Malang.
4. Perilaku konsumtif tidak memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan *digital payment* terhadap perilaku pengelolaan keuangan (*financiam management behavior*) mahasiswa UIN Malang. Hal ini dikarenakan jumlah uang saku mahasiswa UIN Maliki Malang tergolong rendah. Dan mahasiswa UIN Maliki Malang cenderung melakukan pertimbangan sebelum membeli barang, sehingga dapat dikatakan perilaku konsumtif mahasiswa UIN Malang rendah. Oleh sebab itu, perilaku konsumtif tidak dapat memoderasi dalam penelitian ini. (Musaharun et al., 2022)

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil pelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangannya dan masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak mmbutuhkan banyak perbaikan. Karenanya, penulis mencantumkan beberapa

saran sebagai bentuk evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang selanjutnya.

Berikut ini merupakan beberapa saran yang dimaksud :

1. Bagi mahasiswa

Untuk para mahasiswa sebaiknya meningkatkan pengetahuan keuangannya, guna untuk memperbaiki pengelolaan keuangan. Karena pengetahuan keuangan sangatlah penting bagi kehidupan dimasa depan. Sebagaimana bahwa pengelolaan keuangan merupakan salah satu kebutuhan agar terhindar dari risiko – risiko keuangan dan masalah keuangan. selain itu, mahasiswa harus bijak dalam penggunaan *digital payment*, karena *digital payment* dapat memberikan dampak negatif bagi mahasiswa seperti pembelian barang secara impulsif, sebab *digital payment* memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam melakukan transaksi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama adalah perlu mempertimbangkan lagi apabila menjadika perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi. Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel yang tidak terdapat dalam penelitian. selain itu, peneliti selanjutnya dapat mengambil sampel yang berbeda mungkin dapat berbeda daerah atau universitas dan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden lebih banyak lagi, agar jumlah responden dapat mewakili poulasi dari sampel.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidzar, M., Indriayu, M., & Hindrayan, A. (2023). Pengaruh Dompert Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta Imadhan. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 259–267.
- Agustin, I. D., Izza, F., & Abidin, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy , Financial Behavior , Digital Payment Dan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Pandemi Covid-19. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 1–14.
- Agustina, N. R., & Mardiana. (2020). The Effect Of Financial Knowledge And Financial Attitude On Financial Management Behavior Mediated With Locus Of Control. *Mecj (Management And Economic Journal)*, 4(3), 273–284.
- Agustine, Siti Revina, & Mardiana. (2023). The Influence Of Financial Literacy And Consumptive Behavior On Indebted Behavior Of Housewives.Pdf. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 5(1), 30–38. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas/article/view/3514/2173>
- Ajzen, I. (1991). Theory Of Planned Behaviour. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Andriani, B. F., Rosmanidar, E., & Diniyah, Z. (2023). Pengaruh Digital Payment ShopeePAY Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal Of Student Research (Jsr)*, 1(5), 192–212.
- Anwar Prabu, M. (2019). *Perilaku Konsumen* (Edisi Revi). Pt Refika Aditama.
- Arianti, B. F. (2021). Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya). In W. Kurniawan (Ed.), *Thesis Common* (Pertama). Cv. Pena Persada. <https://doi.org/10.31237/osf.io/t9szm>
- Arifin, A. Z. (2017). The Influence Of Financial Knowledge , Control And Income On Individual Financial Behavior. *European Research Studies Journal*, Xx(3), 635–648.
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Ecogen: Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 4(3), 418–426.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601> Pengaruh

- Aziz, R. (2007). Pendidikan Ulul Albab Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (Uin) Malang. *Jurnal Pemikiran & Pendidikan Islam*, 2(1), 307–320.
- Azzahra, Aqilla Fatimah, Andriana, I., & Saputri, Nyimas Dewi Murnila. (2024). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2581–2592. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i2.4727>
- Azzahra, T., & Kartini. (2022). Pengaruh Financial Technology Payment , Financial Attitude , Dan Financial Knowledge Terhadap Financial Management Behavior Bagi Mahasiswa Di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen E-Issn:*, 01(02), 78–91.
- Betharini, N., & Sungkono. (2023). Penggunaan Fintech Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Di Kalangan Mahasiswa Ubp. *Jurnal Economina*, 2(6), 1416–1429.
- Cristanti, I. L., Luhsasi, D. I., & Sitorus, D. S. (2021). Pandemi Covid-19: Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Mental Accounting Terhadap pengelolaan Keuangan Mahasiswa Fkip Uksw. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(01), 128–135.
- Deviyanti, S. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas Xii Ips Sma Negeri 3 Makassar.*
- Dewanti, V. P., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh Financial Socialization, Financial Knowledge, Financial Experience Terhadap Financial Management Behavior Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 863–875.
- Dewi, L. G. K., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2021.V5.I1.4669>
- Diantini, Ni Putu Ayu Wangi, Susanti, & Subroto, Wasmodo Tjipto. (2021). The Effect Of Peer Group, Economic Literacy, And Use Of Social Media On The Consumption Behavior Of Students Social Studies Major Grade Xii Sman 1 Negara In Jembrana. *Technium Social Sciences Journal*, 21, 296–311.
- Djawang, Jofret Umbu Soru Peku, & Hendrik, A. Y. (2021). Pengaruh Kemasaran Harga Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Membeli Rokok. *Ie : Jurnal Inspirasi Ekonomi*, 3(3), 17–27.
- Dwi, N. N. A. S. N. M., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi Ni. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 6(12), 4043–4068.

<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.818>

- Dwiastanti, A. (2017). Analysis Of Financial Knowledge And Financial Attitude On Locus Of Control And Financial Management Behavior. *Management And Business Review*, 1(1), 1–8.
- Farahdilla Emia, M. R. M. (2019). Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Tengerang Selatan. *Kreatif: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 7(2), 52–58. [Http://Repository.Unisbablitar.Ac.Id/81/1/Artikel 2019 Vol 12 No 2.Pdf](http://Repository.Unisbablitar.Ac.Id/81/1/Artikel%202019%20Vol%2012%20No%202.Pdf)
- Hamid, Rahmad Solling, & Anwar, Suhardi M. (2019). *Structural Equatio Modeling (Sem) Berbasis Varian* (Abiratno, S. Nurdiyant, & A. D. Raksanagara (Eds.); Pertama). Pt Inkubator Penulis Indonesia.
- Herdjiono, I., Damanik, L. A., & Musamus, U. (2016). Pen Garuh Financial Attitude , Financial Knowledge , Parental Income Terhadap Financial Management. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3), 226–241.
- Idris, M. (2020). *No Title*. Kompas.Com. <https://amp.kompas.com/money/read/2020/01/15/160600526/Jejak-Hitam-Pt-Hanson-International-Manipulasi-Laporan-Kuangan-2016>
- Immamah, K. D., & Handayan, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan , Pengalaman Keuangan , Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Keuangan (Studi Pada Pedagang Pasar Sekaran). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan Juni*, 2(1), 43–52.
- Indarto, D. N. S., & Dananti, K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumtif, Jenis Kelamin, Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Karyawan Divisi Garment Pt Dan Liris Sukoharjo Devy. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5), 558–562.
- Karniawati, Ni Putu Ani, Darma, Gede Sri, Mahyuni, Luh Putu, & Sanica, I Gede. (2021). Community Perception Of Using Qr Code Payment In Era. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt / Egyptology*, 18(1), 3986–3999.
- Kuangan, O. Jasa. (N.D.). Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2019. In *Otoritas Jasa Keuangan*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/pages/survei-nasional-literasi-dan-inklusi-keuangan-2019.aspx>
- Kholilah, N. Al, & Iramani, R. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal Of Business And Banking*, 3(1), 69–80.
- Koesworo, Y., Sina, S. S., & Nugraheni, B. D. (2007). Motivasi Berwira Usaha Di Kalangan Mahasiswa: Aplikasi Theory Of Planned Behavior. *Ekuitas*

(*Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*), 11(2), 269–291.
<https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2007.V11.I2.319>

Laturette, K., Widianingsih, L. P., & Subandi, L. (2021). Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (Jpak)*, 9(1), 131–139.

Lisdiana, D., & Setiyono, Wisn P. (2022). The Effect Of Life Style, Self Control And Financial Literacy On Financial Management With Consumptive Behavior As A Moderating Variable. *Indonesian Journal Of Innovation Studies*, 20, 1–15. <https://doi.org/10.21070/Ijins.V20i.709>

Malang, U. (N.D.). *Program Studi*. Uin Malang.

Marsya, S., & Erin, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan , Pengendalian Diri , Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Penggemar K – Pop. *Bandung Conference Series: Business And Management*, 2(2), 1092–1098.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29313/Bcsbm.V2i2.3578>

Michael Agustio Gosal, Nanik Linawati. (2018). Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment Terhadap Spending Behavior. *Seminar Nasional Dan Call For Papers (Senima 3)*.

Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik Dengan Smartpls Path Analysis Confirmatory Factor Analysis, Dan Structural Equation Modeling*. Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta.

Mun, Yeow Pooi, Khalid, H., & Nadarajah, D. (2018). Millennials ' Perception On Mobile Payment Services In Malaysia. *Elsevier*, 124, 397–404.

Munawar, A. H., Subrata, A., & Nugraha, C. S. (2023). Kontribusi Financial Technology (Fintech) Payment Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Banjar. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 3(3), 798–807.

Musaharun, I., Kuwado, F. J., & Rudi, A. (2022). Menilik Gaya Gen Z Berbelanja. In *Kompas*. Kompas.Com. <https://jeo.kompas.com/menilik-gaya-gen-z-berbelanja>

Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment Dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Di Wilayah Dki Jakarta. *Jasdim Nusa Mandiri: Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen*, 01(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/Xxxxxxx/Jasdim.V1i1.7623>

Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan Pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27.
<https://doi.org/10.32812/Jibeka.V13i1.111>

- Ningtyas, M. N., & Wafiroh, N. L. (2019). Bagaimana Literasi Dan Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial? *Telaah Bisnis*, 20(1), 1–10.
- Nurlaila, I. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Pendahuluan. *Prisma*, 01(01), 136–144.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Puspita, Y. C. (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(2), 121–128.
- Putri, L. Pratami. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Moderating. *Sintesa*, 1(1), 769–775. <https://doi.org/10.53695/Sintesa.V1i1.407>
- Rahayu, K., & Mulyadi, D. (2023). Pengaruh Digital Payment Terhadap Prilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(3), 290–298.
- Ricciardi, V., & Simon, H. K. (2000). What Is Behavioral Finance ? *Business, Education And Technology Journal*, 1–9.
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment Ovo. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126.
- Sari, A. N., & Kautsar, A. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Dan Demografi Terhadap Inklusi Keuangan Pada Masyarakat Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1233–1246.
- Sari, H. P. (2023). Survei Visa: E-Wallet Paling Banyak Digunakan Gen Z Dalam Pembayaran Digital. In *Kompas*. <https://amp.kompas.com/money/read/2023/09/22/190000926/survei-visa-e-wallet-paling-banyak-digunakan-gen-z-dalam-pembayaran-digital>
- Setyaningsih, Adelia Wahyu, Usman, O., & Musyaffi, Ayatullah Michael. (2023). View Of Analysis Of Perceived Usefulness, Perceived Security, And Perceived Easy Of Use On Intention To Use Qris Through Trust As Mediation In Dki Jakarta.Pdf. *International Journal Of Current Economic & Business Venture*, 1(2), 560–574.
- Shiller, R. J. (2003). From Efficient Markets Theory To behavioral Finance. *Journal Of Economic Perspectives*, 17(1), 83–104.
- Shinta, R. E. (2018). The Impact Of Financial Knowledge, Lifestyle Pattern On Career Woman Financial Management Behaviour With Locus Of Control As

- Moderating Variable. *Journal Of Bussines & Bangking*, 8(2).
<https://doi.org/10.14414/jbb.v8i2.1524>
- Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). Literasi Keuangan , Financial Technology Dan. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosiaal*, 7(September), 102–113.
- Siswanti, I., & Halida, Adiyati Mayang. (2020). Financial Knowledge, Financial Attitude, And Financial Management Behavior Self - Control. *The International Jaournal Of Accounting And Business Society*, 28(01), 105–132.
- Slamet. (2022). *Organisasi Adaptif Di Era Digital* (D. Ari & K. Sukmawati (Eds.); Pertama). Empat Dua Media.
- Subaida, I., & Hakiki, Fiqih Nur. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Perencanaan Investasi Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal I.Ilm.Kel.& Kons*, 14(2), 152–163.
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy , Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Urnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160–172.
- Trisnowati, Y., Khoirina, M. M., & Putri, F. A. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Financial Management Behavior Pada Mahasiswa Fokus Keilmuan Ekonomi Dan Bisnis Kabupaten Gresik. *Jurnal Manajerial*, 07(02).
- Utami, N. G. P., & Isbnah, Y. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Technology, Self- Control, Dan Hedonic Lifestyle Terhadap Financial Behavior. *Jurnal Ilmu Mnajemen*, 11(3), 506–521.
- Wahyudi, D., & Rahayu, S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu - Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51.
[Http://Repository.Unisablit.ac.id/81/1/Artikel 2019 Vol 12 No 2.Pdf](http://repository.unisablit.ac.id/81/1/Artikel%202019%20Vol%2012%20No%202.Pdf)
- Wahyudi, R. A., & Rochmawati. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Program Keahlian Akuntansi Smkn 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 8(2), 52–62.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Wijya, A. (2023). *Kampus Ptkin Terbaik Di Indonesia Tahun 2023 Versi Webometrics Edisi 2023.2.0*. Uin Malang. <https://uin-malang.ac.id/R/230701/Kampus-Ptkin-Terbaik-Di-Indonesia-Tahun-2023-Versi-Webometrics-Edisi-2023-2-0.html#:~:Text=Pembaruan>

Pemeringkatan Ini Dilakukan Secara, Webometrics Di Antara Seluruh Ptkin.

- Wulandari, D., & Aulia, P. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Z Di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 178–186.
- Wulandari, T., Lazuardi, S., & Sari, R. (2022). Ecoment Global. *Jurnal Ecoment Global*, 7, 220–230.
- Xiao, J. J., & Dew, J. (2011). The Financial Management Behavior Scale: Development And Validation The Financial Management Behavior Scale: Development And Validation. *Journal Of Financial Counseling And Planning*, 22(1), 43–59.
- Yanto, H., Ismail, N., Kiswanto, K., Rahim, N. M., & Baroroh, N. (2021). The Roles Of Peers And Social Media In Building Financial Literacy Among The Millennial Generation: A Case Of Indonesian Economics And Business Students. *Cogent Social Sciences*, 7, 1–15. <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1947579>
- Yuniningsih. (2020). *Perilaku Keuangan Dalam Berinvestasi (Laboratorium Experiment Dan Field Experiment)* (Edisi Pert). Indomedia Pustaka. https://repository.upnjatim.ac.id/54/4/Perilaku_Keuangan_Berinvestasi_Full.Pdf

Lampiran 1: Lembar Pengesahan

LAMPIRAN KUESIONER
PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE* DAN *DIGITAL PAYMENT*
TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang)

Assalamu'alaikum warrahmatullahi wabarakatuh

Perkenalkan saya Aqidatul Izza mahasiswi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini saya melakukan penelitian Pengaruh Financial Knowledge dan Digital Payment Terhadap Financial Management Behavior dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Moderasi (Studi Pada Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang). Penelitian ini digunakan untuk tugas skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelas sarjana (S1). Sebelumnya saya meminta maaf telah mengganggu waktu saudara/i. Saya izin meminta bantuan kesediaan saudara/i sejenak untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. Data yang telah terkumpul akan dianalisis secara keseluruhan dan data dijamin kerahasiaanya. Oleh karena itu, saya sebagai peneliti berharap saudara/I menjawab sejujur – jujurnya dalam pengisian kuesioner.

A. SYARAT RESPONDEN

- a. Responden merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- b. Responden merupakan mahasiswa/I pada semester 1 – 8 tahun ajaran 2023/2024.
- c. Responden pernah melakukan transaksi menggunakan *digital payment* seperti *shoopepay*, OVO, dan gopay dan linkaja.

B. IDENTIFIKASI RESPONDEN

Nama ;

Angkatan ; 2020 2021
 2022 2023

Fakultas ; Ilmu tarbiyah dan Syari'ah
keguruan
 Humaniora Psikologi
 Ekonomi Sains dan
teknologi
 kedokteran dan ilmu
kesehatan

Uang saku ; 500.000 – 1.000.000 1.000.000 –
perbulan 1.500.000
 1.500.000 – 2.000.000 2.000.000 –
2.500.000
 > 2.500.000

Kuesioner *Financial Knowledge* (FK)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya selalu membuat perencanaan keuangan pribadi					
2.	Saya melakukan evaluasi terhadap pengeluaran yang telah dilakukan					
3.	Saya paham mengelola keuangan untuk menabung					
4.	Saya paham mengenai alur peminjaman uang					
5.	Saya mengetahui resiko – resiko yang akan terjadi dalam melakukan asuransi					
6.	Saya paham cara mengatasi risiko yang akan terjadi dalam asuransi					
7.	Saya paham cara melakukan investasi yang menguntungkan					
8.	Saya paham manfaat dari melakukan investasi					

Kuesioner *Digital Payment* (DP)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa dengan adanya <i>digital payment</i> dapat mempermudah dalam bertransaksi, sehingga saya tidak perlu membawa uang tunai saat melakukan transaksi					
2.	Saya merasa <i>digital payment</i> mudah untuk dipelajari					
3.	Fitur layanan yang diberikan oleh <i>digital payment</i> sesuai dengan kebutuhan					
4.	Dengan menggunakan <i>digital payment</i> , saya dapat melakukan transaksi lebih praktis					
5.	Dari awal saya hingga saat ini, saya merasa aman apabila bertransaksi menggunakan <i>digital payment</i>					
6.	Selalu ada pemberitahuan pada saat saldo berkurang.					
7.	Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena ikut – ikut teman saya.					
8.	Saya tertarik menggunakan <i>digital payment</i> karena melihat iklan di media.					
9.	Saya menggunakan <i>digital payment</i> lebih dari 5 kali.					
10.	Saya sering menggunakan <i>digital payment</i> saat belanja online dan offline.					

Kuesioner *Financial Management Behavior* (FMB)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya selalu melakukan pertimbangan sebelum membeli barang					
2.	Saya selalu mengatur pengeluaran dalam satu bulan					
3.	saya dapat menyusun anggaran keuangan pribadi untuk satu bulan					
4.	Saya selalu dapat mengontrol pengeluaran					
5.	Saya selalu menyalurkan uang untuk ditabung					
6.	Saya menabung secara konsisten untuk kebutuhan masa yang akan datang					
7.	saya dapat membayar biaya bulanan tepat waktu					
8.	saya dapat mengelola pinjaman.					

Kuesioner Perilaku Konsumtif (PK)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membeli suatu produk karena adanya diskon.					
2.	Saya membeli suatu produk karena iming – iming mendapatkan hadiah.					
3.	Saya membeli produk karena kemasan yang menarik.					
4.	saya membeli produk tanpa mempertimbangkan manfaat dari produk tersebut.					
5.	Saya membeli produk karena ingin tampil fashionable.					
6.	Saya membeli produk karena ingin mengikuti tren yang ada.					
7.	Saya tertarik membeli produk karena adanya iklan yang menarik.					
8.	Saya membeli suatu produk karena menyukai model yang mengiklankan.					
9.	Saya membeli produk karena rating penilaian tinggi					
10.	Saya membeli produk karena rekomendasi dari teman					
11.	Saya selalu membeli produk yang sejenis dengan merek yang berbeda					
12.	Saya selalu membeli produk yang sejenis dengan merek yang sama					

Lampiran 2 : Data Responden

NO.	<i>Financial Knowledge (FK)</i>							
	FK1	FK2	FK3	FK4	FK5	FK6	FK7	FK8
1	5	5	5	3	4	3	5	5
2	4	5	5	3	4	4	4	4
3	3	4	3	4	2	2	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	4	4	2	4	4	4	4	4
6	2	2	3	3	2	2	2	2
7	4	3	4	1	1	1	1	1
8	5	4	5	5	3	3	4	3
9	3	3	4	5	5	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	4	3	3
12	5	5	3	4	2	3	5	5
13	5	4	4	5	4	4	4	4
14	3	4	2	5	4	2	5	1
15	5	4	4	3	3	3	3	3
16	4	4	5	5	5	5	4	4
17	4	4	4	3	4	3	3	3
18	4	4	3	3	3	2	3	3
19	5	3	5	5	4	4	5	5
20	4	5	4	2	2	2	4	4
21	3	3	2	3	2	3	3	3
22	4	3	3	5	4	5	5	5
23	5	5	4	4	4	4	3	3
24	4	4	3	4	3	3	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	4	3	3	3
27	5	5	5	4	4	4	4	4
28	3	3	3	3	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	5	5	5	5	4	4	4
31	4	4	4	3	4	2	4	3
32	5	5	4	4	3	3	3	3
33	3	3	3	4	2	1	5	5
34	4	5	4	4	4	4	4	4
35	3	2	1	1	1	1	1	1
36	2	4	5	5	3	2	2	2
37	3	4	4	4	4	3	4	4

38	5	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	3	4	3	2	4	4
40	4	4	4	4	3	3	4	4
41	2	3	4	5	2	2	3	2
42	5	5	5	2	1	1	1	1
43	3	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	5	5	4	4	5	5
45	5	5	5	5	3	3	1	1
46	4	4	5	4	5	4	3	5
47	4	4	4	4	2	2	4	4
48	5	4	4	4	4	4	4	4
49	5	5	5	5	5	4	4	4
50	4	2	5	5	4	2	4	4
51	5	5	5	4	4	4	5	5
52	4	5	4	4	4	4	5	5
53	5	5	5	5	5	5	3	3
54	5	5	5	5	2	2	2	2
55	2	2	2	2	2	2	2	2
56	1	1	3	4	2	2	2	2
57	5	4	4	2	2	2	2	2
58	5	5	5	5	2	2	2	2
59	5	5	5	5	5	5	5	5
60	1	1	1	1	1	1	2	2
61	5	5	5	3	3	3	3	3
62	5	5	5	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	1	1	1	1
64	2	2	2	2	2	2	2	2
65	5	5	5	5	2	2	2	2
66	5	5	5	3	2	2	2	2
67	5	2	5	3	2	2	2	2
68	4	5	5	5	2	3	5	5
69	5	4	5	2	1	1	4	5
70	4	4	5	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	3	2	2	2
72	4	4	3	3	3	2	2	2
73	4	4	3	3	4	3	4	3
74	5	5	5	5	2	2	2	2
75	5	5	4	4	2	2	3	2
76	5	3	5	2	2	2	2	2
77	5	5	5	5	3	3	3	3
78	5	5	5	5	1	1	1	1

79	5	5	5	5	1	1	1	1
80	5	5	5	5	1	1	1	1
81	5	5	5	5	5	2	1	2
82	5	5	5	5	5	3	3	3
83	5	5	5	5	1	1	1	1
84	3	4	2	2	3	2	3	3
85	4	5	4	5	5	4	5	4
86	4	4	4	5	5	5	5	5
87	2	3	3	5	5	5	4	3
88	5	5	5	5	2	2	2	2
89	5	5	5	2	2	2	2	2
90	5	5	5	5	2	2	2	2
91	3	3	3	3	2	2	2	2
92	5	5	5	5	1	1	1	1
93	5	5	5	5	2	2	2	2
94	5	5	5	5	3	3	3	3
95	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	3	3	3	3
97	5	5	2	4	2	2	2	2
98	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	1	1	1	1
101	5	5	5	5	3	3	2	2
102	5	5	5	4	3	3	3	3
103	5	5	5	5	2	2	2	2
104	5	5	4	5	3	2	2	2
105	5	5	5	5	5	5	5	5
106	5	4	4	4	2	2	2	2
107	5	5	5	5	3	3	2	2
108	5	5	5	5	2	2	4	4
109	5	5	4	5	3	3	3	3
110	5	5	5	3	3	2	2	2
111	5	5	5	4	3	3	3	3
112	5	5	4	3	2	2	3	2
113	5	4	4	4	2	2	2	2
114	4	4	4	4	2	2	2	2
115	5	3	4	3	2	2	2	2
116	5	5	5	5	2	2	2	2
117	5	3	5	5	2	2	2	2
118	5	5	4	5	1	1	1	1
119	5	4	5	3	1	1	1	1

120	5	3	3	5	1	1	1	1
121	5	3	4	4	1	1	1	1
122	5	5	3	4	1	1	1	1
123	5	5	3	4	2	3	2	3
124	5	4	2	2	1	1	1	1
125	5	4	4	3	2	2	1	1
126	5	4	3	3	2	2	2	2
127	5	5	5	5	3	3	5	5
128	5	5	5	5	1	1	1	1
129	5	4	5	5	1	1	1	1
130	5	3	3	5	1	1	1	1
131	5	5	5	3	2	2	2	2
132	5	3	3	5	3	3	3	3
133	5	3	3	5	2	2	5	5
134	5	3	4	5	1	1	1	1
135	5	5	5	3	1	1	5	5
136	5	5	5	4	1	1	1	1
137	5	5	5	5	1	1	2	2
138	5	5	5	5	3	3	5	5
139	5	5	5	5	4	4	5	5
140	5	5	5	5	3	3	3	3
141	5	5	5	5	3	3	2	2
142	3	3	2	4	4	4	4	4
143	3	2	4	2	2	3	4	4
144	4	4	4	4	4	4	4	4
145	5	5	5	5	3	3	3	3
146	5	5	5	5	2	1	1	1
147	5	5	5	3	1	1	5	4
148	5	2	2	1	1	1	1	1
149	5	5	5	5	5	5	5	5
150	3	3	3	3	1	1	1	1
151	5	5	5	5	3	3	3	3
152	5	5	5	5	5	5	5	5
153	5	5	5	5	1	1	1	1
154	5	5	5	5	5	5	3	3
155	5	5	5	4	1	1	3	3
156	5	5	5	4	2	2	3	3
157	5	5	5	5	4	4	5	5
158	5	4	5	4	3	3	3	3
159	5	5	5	5	3	3	4	4
160	5	5	5	5	5	5	5	5

161	4	4	4	3	3	3	3	3
162	3	3	3	3	3	3	3	3
163	5	5	5	5	5	5	5	5
164	5	5	4	4	2	2	2	2
165	5	3	3	4	3	3	4	4
166	5	5	5	5	5	5	5	5
167	5	5	5	5	2	3	3	3
168	5	5	5	5	2	2	5	5
169	5	5	5	5	1	1	2	2
170	5	5	5	5	2	2	3	3
171	5	3	3	3	3	3	4	4
172	4	4	4	4	1	1	5	5
173	5	5	5	5	2	2	1	1
174	5	5	5	5	2	2	5	5
175	5	5	5	5	3	4	5	5
176	5	5	5	1	1	1	1	1
177	5	5	5	5	2	2	4	4
178	5	5	5	5	2	2	3	3
179	5	5	4	3	2	3	3	3
180	5	4	4	4	2	2	2	2
181	5	4	5	5	2	2	3	3
182	5	5	5	5	1	1	3	4
183	5	5	5	3	3	3	3	3
184	5	5	5	4	3	3	3	3
185	5	5	3	3	2	2	3	3
186	5	5	5	2	1	1	2	2
187	4	4	4	4	1	1	1	1
188	5	5	4	5	3	3	4	4
189	5	5	5	5	2	2	3	3
190	5	5	5	2	1	1	3	3
191	5	3	3	3	1	1	2	2
192	5	3	4	4	2	2	3	3
193	5	3	3	3	3	3	4	4
194	2	2	2	2	2	2	3	3
195	5	4	4	4	1	1	3	3
196	5	4	4	2	2	2	4	4
197	5	5	5	5	2	2	3	3
198	5	4	4	4	3	3	3	2
199	4	4	4	3	2	2	3	3
200	4	3	3	3	3	3	4	4
201	5	3	4	3	4	4	4	4

202	5	3	4	4	2	3	3	3
203	5	3	4	3	4	4	4	4
204	5	4	3	3	2	2	4	4
205	5	5	5	5	4	4	3	3
206	5	5	5	3	2	2	3	3
207	5	4	4	4	4	4	4	4
208	4	4	4	4	2	2	3	3
209	5	5	5	5	3	3	4	4
210	5	5	5	5	4	4	4	4
211	4	4	5	3	3	3	3	3
212	4	3	4	4	3	3	3	3
213	4	4	4	4	2	2	3	3
214	4	4	4	4	3	3	4	4
215	4	4	3	4	2	2	5	4
216	4	4	5	4	2	2	3	3
217	5	4	5	5	4	4	4	4
218	5	4	5	4	2	2	2	2
219	5	4	4	5	3	3	2	2
220	5	5	5	5	1	1	1	1
221	5	5	5	3	3	3	3	3
222	5	5	5	5	4	4	5	5
223	5	5	5	5	1	2	4	4
224	5	5	4	4	1	1	1	1
225	5	5	4	3	3	3	3	3
226	5	4	4	4	1	1	2	2
227	5	5	5	5	2	2	4	4
228	5	4	3	3	3	3	5	5
229	5	5	5	5	4	4	3	3
230	5	4	4	4	4	4	4	3
231	4	3	3	3	2	2	3	3
232	5	3	4	4	4	4	4	4
233	5	5	4	3	3	3	4	4
234	5	5	3	3	1	1	2	2
235	5	5	4	5	5	5	5	5
236	5	3	3	4	2	2	3	3
237	5	4	4	3	3	3	4	4
238	5	3	3	3	3	3	3	3
239	3	4	3	3	3	3	5	5
240	5	3	4	3	3	3	4	4
241	5	4	4	3	2	2	4	4
242	5	4	4	3	2	2	4	4

243	5	4	4	3	5	5	5	5
244	5	4	3	2	3	3	3	3
245	4	3	4	3	4	4	5	5
246	4	3	4	3	3	3	4	4
247	4	3	4	3	2	2	3	3
248	3	3	3	3	2	2	4	4
249	3	2	3	3	3	3	3	3
250	4	5	3	3	2	2	3	3
251	2	3	2	3	3	3	3	3
252	4	4	4	4	3	4	3	3
253	4	4	4	3	2	2	1	1
254	3	3	4	2	2	2	1	1
255	3	2	3	3	4	4	4	4
256	5	3	4	3	2	2	2	2
257	3	3	5	3	2	2	3	3
258	3	4	4	4	3	3	2	2
259	3	3	4	3	1	1	2	2
260	3	4	5	3	3	3	2	2
261	3	3	4	4	2	2	3	3
262	2	3	4	3	2	2	5	5
263	3	2	4	4	3	4	2	2
264	4	5	4	3	1	1	3	3
265	3	3	4	4	3	3	4	4
266	3	2	4	3	2	2	3	3
267	3	1	5	4	3	3	3	3
268	5	3	5	4	3	3	4	4
269	3	3	4	3	3	3	3	3
270	5	3	4	2	3	3	2	2
271	5	4	3	4	4	4	3	3
272	3	4	4	4	3	3	4	4
273	5	4	5	4	4	4	3	3
274	3	4	4	4	3	3	2	2
275	3	3	4	4	3	3	3	3
276	3	3	4	2	2	2	3	3
277	3	3	4	3	3	3	2	2
278	3	3	4	4	2	2	2	2
279	3	3	4	4	4	4	4	4
280	3	3	4	4	2	2	2	2
281	2	3	3	3	3	3	2	2
282	3	3	4	3	4	4	2	2
283	3	2	4	3	2	2	2	2

284	3	3	3	3	2	2	4	4
285	2	3	4	4	2	2	3	3
286	3	3	3	3	3	3	4	4
287	3	3	4	4	2	2	3	3
288	5	3	3	3	3	3	3	3
289	4	4	4	4	3	3	3	3
290	5	3	4	3	3	3	4	4
291	4	3	4	4	4	4	4	4
292	3	3	4	3	2	2	3	3
293	3	4	4	3	3	3	2	2
294	2	3	4	4	3	3	3	3
295	2	3	3	3	3	3	4	4
296	3	2	3	4	2	2	3	3
297	1	3	3	4	3	3	3	3
298	2	1	5	5	3	3	4	4
299	3	3	4	3	3	3	3	3
300	3	4	4	4	3	3	3	3
301	2	3	4	3	3	3	4	4
302	3	4	3	3	3	3	3	3
303	4	4	4	4	3	3	4	4
304	4	4	3	4	3	3	2	2
305	3	3	3	3	3	3	3	3
306	4	3	3	3	3	3	2	2
307	3	3	4	3	3	3	3	3
308	5	3	4	3	3	3	3	3
309	5	3	3	4	3	3	3	3
310	3	3	3	3	3	3	4	4
311	2	3	4	3	3	3	3	3
312	3	4	4	3	3	3	3	3
313	3	4	3	3	3	3	3	3
314	3	3	4	3	3	3	2	2
315	3	3	3	3	2	2	3	3
316	2	3	3	2	3	3	3	2
317	3	3	4	3	3	3	3	3
318	3	3	3	2	2	2	3	3
319	3	3	4	2	2	3	2	2
320	5	2	3	3	2	3	2	2
321	2	3	3	3	3	3	3	3
322	3	3	3	3	3	3	3	3
323	2	3	3	3	3	3	3	3
324	2	3	3	3	3	3	3	3

325	3	3	3	3	3	3	3	3
326	3	3	3	3	2	2	3	3
327	5	3	3	3	3	3	3	3
328	2	3	3	3	3	3	3	3
329	3	3	4	3	3	3	3	3
330	3	3	4	3	3	3	3	3
331	3	3	3	3	3	3	3	3
332	3	3	4	3	3	3	3	3
333	3	3	4	3	4	4	4	4
334	3	3	3	2	3	3	3	3
335	2	2	3	3	2	2	2	2
336	2	1	3	3	2	2	2	2
337	3	2	3	3	3	3	3	3
338	2	3	3	4	3	3	3	3
339	3	3	3	3	3	3	3	3
340	2	3	4	4	3	3	3	3
341	2	3	4	5	3	3	3	3
342	2	3	3	3	2	2	3	3
343	3	3	4	3	2	2	3	3
344	2	3	3	4	3	2	3	3
345	2	4	4	4	2	2	3	3
346	2	3	4	4	2	2	2	2
347	3	2	3	3	2	2	2	2
348	2	2	4	3	2	2	2	2
349	2	3	4	4	3	3	3	3
350	2	2	3	3	4	4	4	4
351	2	2	3	3	3	3	3	3
352	3	4	3	3	3	3	3	3
353	2	3	3	3	3	3	3	3
354	2	3	3	3	3	3	3	3
355	2	3	3	3	3	3	3	3
356	2	3	3	3	3	3	3	3
357	2	3	3	3	3	3	3	3
358	2	3	4	4	4	4	3	3
359	2	3	3	3	4	4	3	4
360	2	3	3	3	3	3	3	3
361	2	3	3	3	3	3	3	3
362	2	3	3	3	3	3	3	3
363	2	3	3	3	3	3	3	3
364	2	2	2	2	3	3	2	2
365	2	3	4	4	3	3	3	3

366	2	3	3	3	3	3	3	3	3
367	3	3	3	3	3	3	3	3	3
368	2	2	2	3	3	3	3	3	3
369	3	3	3	3	3	3	3	3	3
370	3	3	3	3	3	3	3	3	3
371	3	4	4	4	3	3	3	3	3
372	2	3	3	3	3	4	4	3	3
373	2	3	3	3	4	4	4	4	4
374	4	4	4	4	4	4	4	3	3
375	3	3	3	3	3	3	3	3	3
376	3	3	3	2	3	3	3	3	3
377	3	3	3	3	4	4	4	4	4
378	2	3	3	3	4	4	4	4	4
379	3	3	3	3	3	3	3	3	3
380	3	3	3	3	2	2	3	3	3
381	4	3	3	3	3	3	3	3	3
382	1	3	3	3	3	3	4	4	4
383	3	4	4	3	3	3	3	3	3
384	2	3	3	3	3	3	3	3	3
385	3	3	3	3	3	3	4	4	4
386	2	3	3	3	3	3	3	3	3
387	3	3	3	3	3	3	4	4	4
388	3	3	3	3	4	4	4	4	4
389	4	3	3	3	4	4	4	4	4
390	4	3	4	4	4	3	4	4	4
391	3	3	3	3	3	3	3	3	3

NO.	<i>Digital Payment (DP)</i>									
	DP1	DP2	DP3	DP4	DP5	DP6	DP7	DP8	DP9	DP10
1	5	4	5	2	3	3	3	3	5	4
2	3	1	3	1	1	1	3	1	4	4
3	4	2	2	2	4	3	4	4	5	4
4	4	3	4	2	5	2	3	3	2	2
5	2	2	2	1	4	2	2	2	4	4
6	1	3	2	3	3	3	3	3	2	2
7	4	1	3	3	1	1	1	1	5	4
8	4	1	2	3	2	2	3	3	2	3
9	5	5	5	2	5	5	2	4	5	5
10	5	2	2	2	4	4	4	1	5	4

11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	3	3	5	3	3	3	2	5	5
13	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4
14	3	5	2	5	3	1	5	3	5	4
15	5	4	3	2	4	5	4	3	5	4
16	3	2	4	2	4	4	4	2	5	4
17	4	2	2	2	2	2	2	2	4	3
18	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4
19	5	1	2	2	4	2	4	1	5	4
20	4	1	2	1	2	1	4	1	5	4
21	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3
22	3	1	2	3	3	1	3	4	4	4
23	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3
24	4	4	2	1	3	2	2	2	5	5
25	5	4	3	2	2	1	3	2	4	3
26	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4
27	5	3	4	4	3	3	3	3	4	3
28	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
29	4	4	3	2	3	3	4	3	5	4
30	4	2	3	2	5	4	3	3	5	5
31	4	2	2	2	2	3	2	3	4	4
32	5	3	3	2	3	3	2	2	4	4
33	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	5	4	4	4	3	2	3	4	5	4
35	1	3	4	4	4	4	2	2	1	4
36	5	1	4	1	2	2	4	4	4	3
37	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
38	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
39	4	4	5	2	4	2	5	3	5	2
40	4	2	2	1	3	2	4	2	4	4
41	5	1	1	5	5	5	5	1	5	3
42	5	5	5	1	3	5	5	5	5	5
43	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4
44	5	5	1	4	3	2	1	1	5	5
45	5	1	1	1	1	1	1	1	5	3
46	5	5	4	5	4	1	3	1	5	5
47	5	4	3	2	2	2	4	1	4	4
48	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4
49	4	2	1	1	1	1	1	1	5	2
50	3	2	4	2	1	1	1	1	5	4
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

52	2	2	4	3	3	4	4	3	4	4
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
54	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	4	3	3	3	2	3	2	5	5
60	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5
62	4	2	3	1	3	1	4	3	5	4
63	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
64	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5
65	4	3	4	3	3	4	3	3	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
67	5	3	3	2	5	5	5	4	5	5
68	4	3	4	2	4	3	5	3	5	5
69	3	2	4	3	4	5	4	3	5	5
70	5	4	4	2	4	4	5	4	5	4
71	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3
72	3	1	3	1	3	3	4	3	5	4
73	2	2	3	3	2	2	3	2	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	3	4	3	5	4	5	2	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
77	4	5	5	5	1	1	1	1	5	4
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	4	3	5	5	3	3	5	5	4	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	4	4	5	3	4	2	3	1	5	5
85	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
86	5	4	5	2	4	4	4	2	5	2
87	5	2	2	1	3	3	5	4	5	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	2	3	3	3	5	5
91	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5

93	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
102	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5
103	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5
104	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
105	5	2	2	3	4	4	4	2	5	4
106	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5
107	3	5	5	3	5	5	4	4	5	5
108	5	2	4	4	4	4	4	2	5	3
109	3	2	5	4	5	5	4	2	5	4
110	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
111	3	5	5	5	4	4	4	2	5	4
112	4	3	5	4	5	5	5	3	5	5
113	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5
114	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5
115	3	5	5	4	5	5	3	2	5	5
116	5	4	5	5	3	3	3	3	4	5
117	3	1	1	5	1	1	1	1	5	4
118	5	4	5	5	5	5	3	3	4	5
119	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
120	5	1	1	5	2	2	5	2	5	5
121	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
122	5	2	5	5	5	5	5	1	5	5
123	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
124	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
125	5	2	5	5	5	5	4	3	5	5
126	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5
127	3	3	5	5	5	5	5	5	5	1
128	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
130	4	1	1	1	2	2	2	1	5	5
131	5	1	1	1	1	1	1	1	5	3
132	4	1	5	5	5	5	5	1	5	5
133	5	2	5	5	5	5	5	1	5	5

134	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
135	3	1	5	5	5	5	3	1	5	5
136	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
137	5	1	4	5	5	5	5	4	5	5
138	4	1	3	5	3	4	3	1	5	5
139	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4
140	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
141	5	3	5	5	5	5	5	1	5	5
142	3	3	3	2	2	2	4	4	5	4
143	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
145	5	2	5	4	5	5	5	5	5	4
146	4	1	1	1	4	4	3	1	5	5
147	4	1	1	1	1	1	1	1	5	5
148	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
149	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
151	4	2	2	2	5	5	5	2	5	4
152	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5
153	5	2	4	5	4	4	4	1	5	4
154	5	3	3	2	2	2	2	2	5	4
155	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
156	5	3	3	5	3	3	3	3	5	5
157	5	2	3	2	3	4	3	2	5	5
158	5	2	4	4	2	3	3	3	5	4
159	5	2	4	4	5	5	2	2	5	5
160	5	1	1	1	1	1	1	1	5	5
161	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
164	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
165	5	3	5	5	3	3	3	2	5	5
166	5	2	5	5	5	5	5	1	5	5
167	5	1	5	5	4	4	4	1	5	5
168	5	1	5	5	5	5	5	1	5	5
169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
170	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5
171	5	3	5	5	3	3	3	3	5	5
172	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
173	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5
174	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5

175	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5
176	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5
177	5	2	3	5	3	3	3	2	4	5
178	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5
179	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
180	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5
181	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5
182	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5
183	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
184	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5
185	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5
186	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
187	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4
188	4	2	5	5	5	5	5	3	5	5
189	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5
190	4	3	5	5	4	4	4	1	5	5
191	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
192	5	2	5	5	4	4	4	2	5	5
193	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4
194	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
195	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4
196	5	2	5	5	4	4	4	4	5	5
197	3	2	5	5	5	5	5	5	5	2
198	3	2	5	5	4	5	5	5	5	5
199	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5
200	5	3	4	5	3	3	3	3	5	5
201	3	3	5	4	5	5	5	2	5	5
202	5	1	4	4	3	3	3	1	5	4
203	5	2	4	4	4	4	4	2	5	4
204	3	2	4	4	4	4	4	1	4	4
205	5	4	5	5	4	4	4	3	5	5
206	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
207	5	3	4	4	3	3	3	3	5	5
208	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5
209	5	3	4	4	4	4	4	2	4	4
210	5	3	4	4	3	3	3	3	5	5
211	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
212	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
213	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5
214	5	3	4	4	4	4	4	3	4	5
215	5	3	5	5	3	3	3	2	5	5

216	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5
217	2	5	5	5	5	5	5	3	5	4
218	5	4	5	4	4	4	5	3	5	5
219	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
220	5	3	5	5	5	5	5	1	5	5
221	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5
222	5	2	5	5	5	5	5	2	5	4
223	5	5	5	5	5	4	4	1	5	5
224	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
225	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
226	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
227	5	3	5	4	4	4	4	1	5	5
228	5	2	5	3	4	4	4	1	5	5
229	4	3	5	4	4	4	4	1	5	5
230	5	3	4	5	5	5	5	4	5	4
231	5	3	5	5	3	3	3	3	3	4
232	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
233	5	3	4	5	5	5	4	4	4	3
234	5	3	4	4	3	4	4	2	5	5
235	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4
236	5	3	4	4	3	3	4	1	5	5
237	5	3	3	3	3	3	3	1	4	4
238	4	4	4	5	3	3	3	2	5	4
239	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
240	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
241	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
242	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4
243	5	3	4	4	3	4	4	1	5	5
244	4	3	4	4	4	4	4	2	5	5
245	5	2	2	3	3	3	3	2	5	5
246	4	2	5	5	3	3	3	3	5	4
247	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
248	5	2	4	3	3	3	3	2	5	5
249	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5
250	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5
251	4	4	4	3	2	3	3	2	5	4
252	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
253	4	3	4	3	5	5	3	2	4	5
254	5	2	3	2	2	4	3	3	4	5
255	4	2	4	5	2	3	1	1	5	5
256	5	3	5	4	5	5	5	2	5	4

257	4	3	3	3	4	4	4	2	5	5
258	5	3	4	5	4	4	4	2	5	5
259	5	3	5	5	4	4	4	4	5	4
260	4	4	5	4	4	5	2	3	5	3
261	5	3	3	3	3	3	2	1	5	4
262	4	3	4	4	3	3	3	3	5	3
263	5	3	4	4	3	2	3	2	5	4
264	4	3	5	3	5	5	4	4	5	4
265	5	3	3	4	4	4	2	2	4	3
266	5	3	5	3	5	5	2	2	5	3
267	5	3	5	2	3	2	2	2	5	3
268	5	3	4	2	3	2	2	2	5	4
269	4	4	5	4	4	4	3	2	4	4
270	5	4	4	3	3	3	2	2	4	4
271	5	2	4	3	3	2	2	2	4	4
272	4	2	5	3	4	5	3	3	5	4
273	5	3	4	2	4	4	2	2	5	4
274	4	2	4	5	4	5	3	5	5	5
275	3	2	4	4	4	4	2	2	4	3
276	4	2	4	3	4	4	2	2	4	3
277	4	2	5	5	4	4	3	2	5	5
278	2	3	3	3	5	5	2	3	5	5
279	5	2	3	2	5	5	3	3	5	3
280	5	3	4	3	5	5	2	3	5	5
281	5	2	4	4	4	4	4	5	5	4
282	3	2	5	3	3	3	3	2	3	3
283	5	2	4	4	3	3	3	2	5	3
284	5	2	4	4	4	3	3	1	4	3
285	5	2	4	4	3	3	2	2	4	4
286	4	2	3	4	3	3	3	2	4	4
287	5	3	5	4	4	4	2	2	5	3
288	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
289	3	3	5	5	2	4	2	2	4	5
290	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5
291	5	3	5	4	5	4	3	4	3	3
292	3	5	4	3	5	5	3	4	4	4
293	1	3	2	4	3	4	1	3	1	3
294	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4
295	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4
296	5	2	3	3	4	4	3	2	5	4
297	5	3	5	3	5	5	4	5	4	4

298	5	3	5	4	4	4	2	1	5	4
299	3	3	5	3	5	4	3	4	4	3
300	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4
301	5	3	3	3	3	3	3	2	4	4
302	5	4	4	3	4	4	4	3	5	3
303	3	3	5	5	4	4	3	2	4	4
304	5	3	4	3	5	5	5	5	4	3
305	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
306	3	4	4	3	5	5	5	2	4	4
307	5	4	4	3	5	5	5	2	4	4
308	5	3	4	2	3	3	2	2	4	4
309	3	3	5	5	2	3	2	1	5	5
310	4	2	3	4	4	4	2	1	5	5
311	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4
312	5	2	4	3	4	4	3	3	4	4
313	3	3	4	2	3	1	3	2	4	4
314	4	2	5	3	3	3	2	2	4	5
315	3	3	4	2	4	4	3	2	4	4
316	5	3	4	3	4	4	2	2	4	4
317	3	4	4	3	3	3	2	2	3	4
318	5	3	4	3	4	4	5	3	4	4
319	5	2	4	3	4	5	2	2	5	3
320	3	3	4	4	4	4	3	2	5	5
321	5	2	3	2	5	4	2	3	5	4
322	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3
323	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
324	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
325	3	3	4	4	5	5	3	3	5	4
326	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3
327	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3
328	5	3	4	4	5	5	5	3	5	5
329	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3
330	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3
331	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4
332	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4
333	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
334	5	2	3	3	4	4	4	2	4	4
335	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
336	5	4	4	5	4	5	3	2	5	5
337	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
338	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4

339	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3
340	5	3	4	4	5	5	4	2	5	5
341	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
342	5	3	5	3	5	5	5	3	5	4
343	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4
344	5	4	4	3	5	5	3	1	5	4
345	3	4	5	3	5	5	3	4	5	5
346	3	3	4	3	5	5	3	5	5	5
347	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
348	2	4	4	5	5	5	3	3	5	5
349	2	4	5	3	5	5	5	4	5	5
350	3	1	3	3	3	3	3	2	5	5
351	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5
352	5	3	5	3	5	5	3	3	5	4
353	5	3	5	5	5	5	4	4	5	3
354	5	3	4	3	5	5	5	3	5	3
355	5	4	4	3	5	5	3	3	5	5
356	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5
357	5	3	4	3	4	4	2	3	5	4
358	5	3	5	3	5	5	3	3	5	5
359	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5
360	5	3	4	4	5	5	3	3	4	5
361	5	4	4	4	5	5	3	3	4	4
362	5	3	4	4	5	5	3	3	5	4
363	5	3	5	5	5	5	5	3	5	4
364	5	3	3	4	4	5	3	3	5	5
365	5	3	3	3	4	4	4	3	5	3
366	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4
367	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5
368	5	3	5	2	4	4	4	3	5	3
369	5	3	4	5	5	5	3	3	3	4
370	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
371	5	3	3	4	3	4	4	3	5	3
372	5	2	5	3	5	5	3	3	5	5
373	5	3	4	4	4	4	4	2	4	3
374	4	2	2	3	3	3	3	2	4	3
375	5	4	5	5	5	5	3	4	5	3
376	5	4	4	3	4	4	3	4	5	3
377	5	2	3	3	4	4	4	2	4	4
378	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4
379	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4

380	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3
381	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
382	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4
383	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
384	5	3	4	3	5	5	3	4	5	5
385	5	2	3	4	3	3	4	3	4	4
386	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4
387	4	2	3	4	4	4	4	2	5	5
388	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4
389	5	3	3	2	2	3	2	2	3	3
390	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3
391	5	4	4	3	5	5	3	3	5	5

NO.	<i>Financial Management Behavior (FMB)</i>							
	FMB1	FMB2	FMB3	FMB4	FMB5	FMB6	FMB7	FMB8
1	5	4	5	5	5	4	3	5
2	4	5	5	3	5	4	4	3
3	4	4	4	4	3	3	5	4
4	5	4	4	4	4	3	2	3
5	4	4	4	2	2	2	4	4
6	1	2	2	2	3	3	2	2
7	4	4	4	2	3	3	4	2
8	4	5	4	4	4	3	4	5
9	5	5	3	4	4	3	5	5
10	5	2	2	4	4	3	2	4
11	5	5	5	5	5	4	5	4
12	5	5	4	4	5	4	5	4
13	5	5	4	4	5	4	5	5
14	5	4	3	2	1	2	1	4
15	4	4	4	3	3	3	4	3
16	5	5	5	5	5	4	5	5
17	4	4	4	4	3	3	4	3
18	3	4	4	3	3	3	4	3
19	5	5	3	5	5	5	5	5
20	5	4	4	2	2	3	4	4
21	1	1	2	1	1	3	2	3
22	5	3	3	3	2	3	3	5
23	4	4	4	4	4	5	3	3
24	5	3	3	4	3	4	4	2

25	5	4	4	4	4	3	4	4
26	5	5	4	4	4	3	4	4
27	4	4	4	4	3	4	5	5
28	2	2	2	4	4	3	2	3
29	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	4	4	4	4	4	5	5
31	4	3	3	3	3	4	3	3
32	5	5	4	3	3	5	3	5
33	5	3	1	1	2	2	2	1
34	5	4	3	4	4	5	5	5
35	1	4	4	2	2	2	1	1
36	4	4	4	2	4	4	3	1
37	4	4	2	3	5	4	5	3
38	4	4	5	5	4	4	5	4
39	4	4	2	2	4	4	5	5
40	4	4	4	4	4	4	3	4
41	1	4	1	4	3	3	1	5
42	5	5	5	5	5	5	5	3
43	4	3	4	3	2	3	4	3
44	5	5	5	5	5	4	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	4	4	4	3	5	5	5
47	5	4	3	4	2	3	2	4
48	5	5	5	4	3	3	3	4
49	4	5	5	5	5	4	5	5
50	5	3	5	4	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	3	5	5
52	5	4	4	5	5	3	4	4
53	5	5	5	5	5	3	5	5
54	5	5	5	5	5	3	5	5
55	2	2	2	2	2	3	2	2
56	2	5	2	2	3	4	2	3
57	5	5	5	5	5	3	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	4	5	5
60	1	1	1	1	2	3	2	3
61	5	5	5	5	5	4	5	5
62	5	5	5	5	5	5	4	5
63	2	3	3	3	3	4	3	3
64	5	2	3	4	2	3	4	4
65	5	5	5	5	5	4	5	5

66	5	5	5	5	5	4	5	3
67	5	4	5	5	2	3	5	3
68	5	5	5	5	5	4	5	4
69	5	3	4	3	5	4	5	3
70	5	5	5	5	5	4	5	4
71	4	3	3	3	4	4	5	5
72	5	4	4	3	4	4	3	4
73	4	5	3	3	4	4	3	4
74	5	5	5	5	5	4	5	3
75	5	5	5	5	5	4	5	3
76	5	5	5	5	5	4	5	4
77	5	5	5	5	5	4	5	5
78	5	5	5	5	5	4	5	5
79	5	5	5	5	5	4	5	2
80	5	5	5	5	5	4	5	2
81	5	5	5	5	5	4	5	3
82	5	5	5	5	5	4	5	5
83	5	5	5	5	3	3	4	3
84	5	4	3	2	2	3	4	3
85	4	5	5	4	5	3	5	4
86	5	5	4	4	4	3	4	5
87	5	3	3	3	2	3	4	4
88	4	5	3	3	3	3	3	2
89	5	5	5	5	5	3	5	3
90	4	5	5	5	5	3	5	2
91	4	5	5	2	3	3	3	2
92	5	5	5	5	3	4	5	1
93	5	4	5	5	5	4	5	5
94	5	5	5	5	5	4	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	2	3	5	2
98	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	4	5	5
100	5	5	5	2	1	3	1	3
101	5	5	5	2	2	3	5	3
102	5	5	5	5	2	3	3	2
103	5	4	3	4	4	5	5	4
104	5	5	2	3	3	4	5	3
105	5	5	5	5	5	4	5	5
106	5	5	5	5	5	4	5	5

107	5	5	5	5	5	5	5	3
108	5	5	5	4	4	5	4	4
109	5	5	5	5	3	5	3	2
110	5	5	4	4	4	5	3	3
111	5	5	4	5	4	5	4	2
112	5	5	3	4	3	4	4	4
113	5	5	5	5	5	5	5	3
114	5	5	4	4	4	4	4	3
115	5	5	5	5	5	4	5	3
116	5	5	5	5	5	4	5	4
117	5	5	5	4	2	4	2	2
118	5	5	3	3	3	3	4	3
119	5	3	5	4	5	4	3	3
120	3	2	1	3	2	5	2	5
121	5	5	1	4	3	4	5	3
122	5	5	4	5	2	3	4	4
123	5	3	4	3	4	3	4	4
124	5	5	3	3	3	5	3	2
125	5	5	5	4	4	3	5	4
126	5	5	3	5	5	4	5	3
127	5	5	5	5	5	5	5	5
128	5	5	5	5	5	4	5	3
129	5	5	5	5	5	5	5	5
130	5	5	5	5	3	4	5	4
131	5	5	5	5	1	3	5	4
132	5	5	5	4	4	4	5	4
133	5	5	5	5	5	3	5	3
134	5	5	3	5	3	4	5	3
135	5	5	5	5	5	3	5	4
136	5	5	5	5	5	4	5	3
137	5	5	5	5	5	5	5	4
138	5	5	5	5	5	5	5	5
139	5	3	5	3	3	5	5	3
140	5	5	5	5	5	5	5	5
141	5	5	5	5	5	5	5	5
142	5	4	3	5	4	4	3	2
143	4	3	3	4	5	5	4	3
144	4	4	4	4	4	3	4	4
145	5	5	5	5	5	5	5	5
146	5	5	5	5	4	4	3	4
147	5	5	4	4	5	5	5	5

148	1	1	1	3	1	3	4	4
149	3	3	3	3	3	4	3	3
150	3	3	3	3	3	4	3	3
151	5	3	3	3	4	5	5	5
152	4	5	3	5	3	3	4	4
153	4	4	4	4	4	4	4	4
154	5	5	5	5	5	5	5	5
155	5	5	3	3	4	4	5	3
156	5	5	5	3	4	3	4	3
157	5	5	5	5	4	5	5	4
158	5	5	5	3	3	4	3	3
159	5	5	4	5	3	3	3	3
160	5	5	5	5	5	5	5	5
161	5	5	2	3	2	3	5	3
162	3	3	3	3	3	3	3	3
163	5	5	5	5	5	4	5	5
164	5	5	5	5	5	4	5	4
165	5	5	5	5	3	5	5	4
166	5	5	5	5	5	3	5	5
167	5	5	5	5	5	4	5	5
168	5	5	5	5	5	3	5	3
169	5	5	5	5	5	4	5	3
170	4	5	3	5	5	3	5	3
171	4	3	3	3	3	4	4	3
172	2	3	2	2	4	4	5	3
173	5	4	5	5	2	3	5	2
174	5	5	5	5	5	4	5	3
175	5	5	5	4	5	4	5	2
176	5	4	4	4	3	5	4	3
177	5	5	3	3	3	5	3	3
178	5	5	5	5	5	5	5	3
179	5	5	5	4	3	5	3	3
180	5	5	5	5	5	5	5	3
181	5	5	5	4	3	4	4	3
182	5	5	5	4	4	5	3	3
183	5	5	5	5	4	4	5	3
184	5	5	4	4	5	5	5	3
185	5	5	5	5	5	4	5	3
186	5	3	3	3	3	4	2	3
187	5	4	5	3	3	4	4	4
188	5	3	3	3	3	4	3	3

189	4	4	4	4	4	5	4	4
190	5	3	3	3	4	5	4	3
191	4	3	3	3	3	5	3	3
192	5	3	3	2	2	3	4	3
193	4	4	4	4	3	3	3	3
194	1	2	2	2	3	4	2	4
195	5	3	4	4	4	5	3	4
196	5	4	4	4	4	4	4	4
197	5	4	2	3	3	3	3	3
198	5	4	3	3	3	4	3	3
199	4	4	4	4	3	3	4	3
200	4	3	3	3	3	4	3	3
201	5	5	4	5	3	3	3	4
202	5	5	3	3	4	4	3	4
203	5	3	3	3	4	5	4	3
204	5	4	3	3	4	5	4	3
205	5	5	5	5	5	5	5	4
206	4	4	3	3	3	3	3	3
207	5	5	3	4	4	4	4	3
208	4	4	4	4	4	4	4	3
209	4	4	4	4	4	3	4	4
210	5	5	5	5	4	3	5	3
211	4	4	4	4	4	5	4	4
212	4	4	4	4	4	3	4	4
213	5	4	3	3	2	4	4	3
214	5	5	3	4	4	3	4	3
215	5	4	4	4	4	4	4	4
216	5	4	3	4	4	5	3	4
217	5	5	4	5	4	5	4	4
218	5	5	5	5	5	4	5	3
219	5	5	5	4	4	5	4	3
220	5	5	3	5	5	4	4	3
221	5	5	3	4	5	3	4	4
222	5	5	5	5	5	4	5	5
223	5	5	4	3	4	3	4	3
224	5	5	5	5	5	5	5	5
225	5	4	5	4	5	4	5	5
226	5	4	3	3	4	3	3	3
227	5	5	5	4	3	4	2	3
228	3	3	3	4	4	3	4	4
229	5	4	4	3	3	4	4	4

230	5	5	4	3	3	3	3	3
231	5	3	3	4	4	4	4	3
232	3	5	2	3	2	5	3	3
233	5	5	5	5	5	4	3	4
234	5	5	5	4	4	3	3	2
235	5	5	5	5	5	4	5	5
236	5	5	3	3	3	5	4	3
237	4	3	4	3	3	3	3	3
238	5	4	2	3	3	5	4	3
239	5	3	3	4	4	3	3	3
240	5	3	2	4	4	5	4	3
241	5	5	3	4	4	3	3	3
242	5	5	3	4	4	5	5	3
243	3	4	2	4	3	4	4	3
244	5	3	2	3	4	5	4	3
245	5	3	2	3	4	4	4	3
246	4	3	2	3	4	5	4	3
247	5	4	2	3	4	4	4	3
248	5	3	2	2	3	3	3	3
249	4	4	2	3	3	4	3	3
250	5	3	2	3	3	5	3	3
251	3	2	2	3	3	4	3	3
252	5	4	3	4	4	4	5	3
253	5	5	2	4	4	5	5	3
254	5	3	2	3	5	5	5	3
255	5	5	2	4	4	5	5	3
256	5	3	3	4	4	3	5	3
257	3	3	3	5	4	4	5	4
258	5	4	3	4	5	3	5	4
259	4	4	2	4	4	4	5	3
260	5	4	3	4	4	4	5	3
261	5	4	2	4	5	4	5	3
262	4	4	2	3	4	3	5	4
263	5	3	2	3	4	4	5	4
264	5	3	2	5	5	5	5	3
265	5	3	2	4	4	5	5	4
266	5	3	1	3	5	3	5	4
267	5	5	2	5	5	4	4	3
268	5	4	2	4	4	3	5	4
269	4	4	2	5	4	4	4	3
270	5	5	4	4	3	5	5	3

271	5	5	2	4	5	3	5	4
272	5	4	2	4	4	4	5	4
273	5	4	2	4	4	5	5	3
274	5	4	2	4	5	3	5	3
275	5	3	2	4	4	2	5	3
276	5	3	2	4	5	3	3	3
277	5	5	1	4	4	4	3	3
278	4	4	1	4	4	3	4	3
279	5	4	2	4	4	4	4	4
280	5	4	2	3	4	3	3	3
281	5	4	3	4	4	4	3	3
282	5	3	3	4	4	3	4	3
283	5	4	2	2	3	4	3	4
284	5	4	3	5	4	5	4	3
285	5	4	3	4	3	5	3	3
286	5	4	3	3	4	4	3	3
287	5	4	4	4	4	5	4	3
288	5	5	2	3	4	5	5	3
289	5	3	3	3	3	5	3	3
290	5	5	4	4	4	5	4	3
291	4	4	4	2	3	4	3	3
292	4	3	2	4	3	3	3	3
293	1	2	3	4	4	4	1	3
294	5	3	2	3	3	4	4	3
295	5	4	2	3	3	3	3	3
296	5	4	2	3	3	4	5	3
297	5	3	1	5	4	5	3	4
298	5	4	1	3	3	3	4	3
299	5	5	3	4	4	4	4	4
300	5	5	2	3	3	5	4	3
301	5	5	2	3	4	5	4	4
302	5	4	1	4	4	4	4	4
303	5	4	2	4	4	5	4	2
304	5	4	2	3	4	4	4	3
305	4	4	2	3	4	5	3	3
306	4	3	1	3	4	5	4	3
307	5	4	2	3	3	4	3	3
308	4	3	1	3	4	5	4	4
309	5	4	2	4	3	5	4	3
310	4	4	2	4	4	5	4	3
311	5	3	1	4	4	5	4	4

312	5	5	1	3	3	5	4	4
313	5	3	1	4	4	5	4	4
314	4	4	2	3	3	4	4	3
315	5	3	2	4	4	5	3	3
316	5	3	2	4	4	4	3	3
317	5	4	2	3	4	4	4	3
318	5	4	4	3	4	6	4	3
319	4	5	2	3	3	4	4	2
320	5	4	2	3	3	5	3	3
321	5	5	2	3	3	5	3	2
322	5	3	3	3	4	4	5	3
323	5	5	2	4	3	5	4	3
324	5	5	2	3	4	4	4	3
325	5	5	2	4	4	5	4	3
326	5	3	2	4	4	4	3	4
327	5	3	2	4	4	5	4	4
328	5	3	2	3	3	4	3	3
329	5	5	3	3	3	4	3	3
330	4	3	1	3	4	5	4	3
331	5	4	3	3	4	5	4	3
332	4	5	2	4	4	5	4	3
333	5	5	1	4	4	4	3	4
334	5	4	2	2	3	4	4	3
335	5	3	1	3	4	4	4	3
336	4	3	1	3	4	5	4	4
337	5	5	1	3	4	4	4	3
338	5	5	2	3	3	5	4	3
339	5	4	1	3	4	4	3	3
340	5	4	1	4	3	5	4	3
341	5	5	2	5	4	4	4	4
342	5	3	2	3	4	5	4	4
343	5	5	4	4	4	4	3	3
344	5	3	1	3	4	4	4	3
345	5	3	1	3	4	4	4	2
346	5	5	1	3	4	4	3	3
347	5	4	1	3	4	5	4	3
348	5	4	1	4	4	5	3	4
349	5	4	2	3	4	5	4	3
350	5	3	1	3	4	5	4	3
351	5	3	1	3	4	5	4	4
352	5	3	2	3	4	4	4	3

353	5	3	2	3	3	3	3	3
354	5	3	1	3	3	5	3	3
355	5	5	2	3	3	4	3	3
356	5	3	2	3	3	4	3	3
357	5	3	2	3	3	4	4	3
358	5	3	2	4	4	4	4	3
359	5	5	3	3	4	5	4	3
360	5	3	2	5	4	4	4	3
361	5	3	2	3	4	4	4	4
362	5	4	2	3	3	5	3	3
363	5	3	3	3	3	4	3	3
364	3	5	1	2	2	3	2	3
365	5	3	2	3	4	4	4	3
366	5	5	5	5	4	5	3	3
367	5	3	1	3	4	4	4	3
368	5	3	1	4	4	5	3	3
369	5	3	1	2	3	4	3	3
370	5	3	1	4	4	5	4	4
371	5	3	1	3	3	4	3	3
372	5	3	1	3	3	3	4	3
373	5	3	1	3	3	4	4	3
374	5	5	3	4	4	5	4	4
375	5	3	1	4	4	4	4	3
376	5	3	2	3	4	3	4	3
377	5	3	2	3	3	3	4	3
378	5	3	2	4	3	4	4	3
379	5	3	1	4	4	5	5	3
380	5	3	2	3	4	5	4	4
381	5	3	1	3	3	5	3	3
382	5	3	3	3	4	4	3	3
383	5	4	2	3	3	5	3	4
384	5	3	1	3	4	3	3	3
385	5	3	2	3	3	3	3	3
386	5	3	2	3	4	4	4	3
387	5	4	1	3	2	3	2	3
388	5	5	3	4	4	4	4	4
389	5	4	2	3	3	3	3	3
390	5	3	3	4	5	4	4	4
391	3	3	1	3	4	3	4	4

NO	Perilaku Konsumtif (PK)											
	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK1 0	PK1 1	PK1 2
1	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	4
2	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	3	1
3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	2
4	5	4	4	5	4	5	2	2	4	4	4	3
5	5	4	4	4	4	2	4	4	5	5	2	2
6	1	1	1	1	1	3	3	2	2	3	1	3
7	4	4	4	4	3	2	3	1	5	3	4	1
8	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	4	1
9	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	5	2
11	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4
12	5	3	4	5	4	5	3	3	3	5	5	3
13	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
14	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5
15	5	4	5	5	5	5	2	2	5	5	5	4
16	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	2
17	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2
18	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3
19	5	5	4	5	4	5	1	2	5	5	5	1
20	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	4	1
21	1	1	1	1	2	3	4	3	1	2	3	4
22	5	5	4	5	5	5	3	1	5	4	3	1
23	5	5	5	5	4	4	3	3	2	3	4	3
24	5	5	5	5	5	4	5	2	4	4	4	4
25	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	5	4
26	5	4	4	4	3	4	2	3	5	4	4	4
27	5	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	3
28	1	1	1	1	1	1	5	4	1	1	3	4
29	5	5	5	5	5	3	1	3	5	4	4	4
30	5	5	5	5	4	3	2	3	5	5	4	2
31	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	2
32	5	4	4	4	3	5	3	3	3	3	5	3
33	5	4	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1
34	4	4	4	5	4	4	2	3	5	3	5	4
35	1	1	1	1	3	3	5	4	1	1	1	3
36	5	5	5	5	4	2	2	4	5	5	5	1
37	5	5	5	5	4	5	1	1	5	4	5	5

38	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
39	5	5	4	5	5	5	3	2	5	5	4	4
40	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	4	2
41	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	4	5	5	3	2	3	5	5	3	3
44	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5
45	3	2	2	2	3	5	1	1	5	5	5	1
46	4	5	5	4	5	5	1	4	3	3	5	5
47	5	4	4	4	2	4	2	4	5	4	5	4
48	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3
49	2	4	4	4	2	4	1	3	1	1	4	2
50	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	3	2
51	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
52	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	2	2
53	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	2	2
54	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
61	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	4	5	1	2	5	5	4	2
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5
65	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	3
66	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	3
68	5	5	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3
69	5	5	5	3	2	3	1	4	5	4	3	2
70	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	4
71	5	5	4	5	5	5	3	2	2	3	3	2
72	5	5	5	5	3	4	2	2	5	5	3	1
73	5	4	4	5	4	3	2	3	5	4	2	2
74	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4
75	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
76	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	4	5
78	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5

79	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	4	5	5	5	3	3	3	3	1	1	4	4
85	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
86	5	5	4	5	5	4	2	2	5	5	5	4
87	3	5	5	4	3	5	1	1	5	5	5	2
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
102	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3
103	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	3
104	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
106	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	3
107	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	3	5
108	5	5	4	5	5	5	2	3	5	5	5	2
109	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	3	2
110	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
111	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	3	5
112	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	3
113	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5
114	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	4
115	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	3	5
116	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	4
117	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	3	1
118	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	4
119	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5

120	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1
121	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3
122	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	2
123	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	4
124	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	3
125	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	2
126	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	3
127	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	3	3
128	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1
129	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5
130	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	4	1
131	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	5	1
132	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	4	1
133	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	2
134	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	4
135	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	3	1
136	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	3
137	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	1
138	5	5	5	5	5	5	2	1	5	5	4	1
139	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1
140	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
142	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3
143	5	3	3	4	4	4	2	3	5	5	4	3
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
145	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	2
146	5	5	5	5	5	5	2	1	5	5	4	1
147	4	5	5	5	5	4	1	1	5	5	4	1
148	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
149	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
150	5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5
151	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	2
152	5	5	5	5	4	5	2	5	5	5	5	5
153	5	5	4	5	5	4	3	3	4	5	5	2
154	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3
155	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
156	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	3
157	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	2
158	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	2
159	5	5	5	5	5	4	2	3	5	4	5	2
160	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1

161	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	5
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
163	5	4	5	5	5	5	1	5	4	5	5	5
164	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3
165	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	3
166	5	5	5	5	5	5	1	1	5	4	5	2
167	5	5	5	5	5	4	2	3	4	5	5	1
168	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1
169	5	5	5	5	5	4	1	1	5	5	5	5
170	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4
171	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
172	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4
173	5	5	4	5	5	5	5	1	5	5	5	3
174	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3
175	5	4	5	5	5	4	1	5	5	5	5	2
176	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2
177	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	2
178	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	5	3
179	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
180	5	5	5	5	4	5	1	5	5	5	5	2
181	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	5	3
182	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	2
183	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	3
184	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	3
185	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	3
186	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5
187	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	4	2
188	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	4	2
189	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3
190	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	4	3
191	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	3
192	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	2
193	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	2
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
195	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	1
196	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	2
197	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	2
198	5	5	5	4	5	4	2	5	5	5	3	2
199	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	3
200	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	3
201	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	3

202	4	4	5	5	5	5	1	4	5	5	5	1
203	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	2
204	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	3	2
205	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
206	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3
207	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	3
208	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	3
209	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	3
210	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	3
211	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	2	5
212	5	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4
213	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	3
214	5	5	5	5	5	4	1	4	5	5	5	3
215	5	5	5	5	5	4	1	4	4	5	5	3
216	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	2	5
217	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	2	5
218	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
219	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4
220	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	3
221	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	2
222	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	2
223	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5
224	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
225	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3
226	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
227	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	3
228	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	2
229	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	4	3
230	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
231	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	3
232	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4
233	5	4	4	5	5	5	2	5	4	5	5	3
234	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
235	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	4	3
236	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
237	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
238	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4
239	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
240	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	4	5
241	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
242	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4

243	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3
244	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	4	3
245	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	2
246	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	2
247	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4
248	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	2
249	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	4	3
250	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
251	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4
252	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4
253	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	3
254	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	2
255	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	2
256	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3
257	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	4	3
258	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3
259	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	3
260	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	4	4
261	5	4	5	5	5	5	2	2	5	5	5	3
262	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	4	3
263	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
264	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	3
265	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
266	5	5	5	5	4	5	3	2	5	5	5	3
267	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	3
268	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	3
269	5	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4
270	5	4	5	4	4	5	5	1	5	4	5	4
271	5	4	5	5	5	4	2	3	5	5	5	2
272	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	4	2
273	5	5	5	5	5	4	2	3	5	5	5	3
274	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	2
275	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	2
276	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	4	2
277	3	4	3	3	4	3	2	3	5	4	4	2
278	5	5	5	3	5	5	4	3	5	5	2	3
279	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	2
280	5	4	4	4	4	4	2	2	5	5	5	3
281	5	5	4	4	4	4	4	2	4	5	5	2
282	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	3	2
283	4	4	3	5	3	3	3	4	5	5	5	2

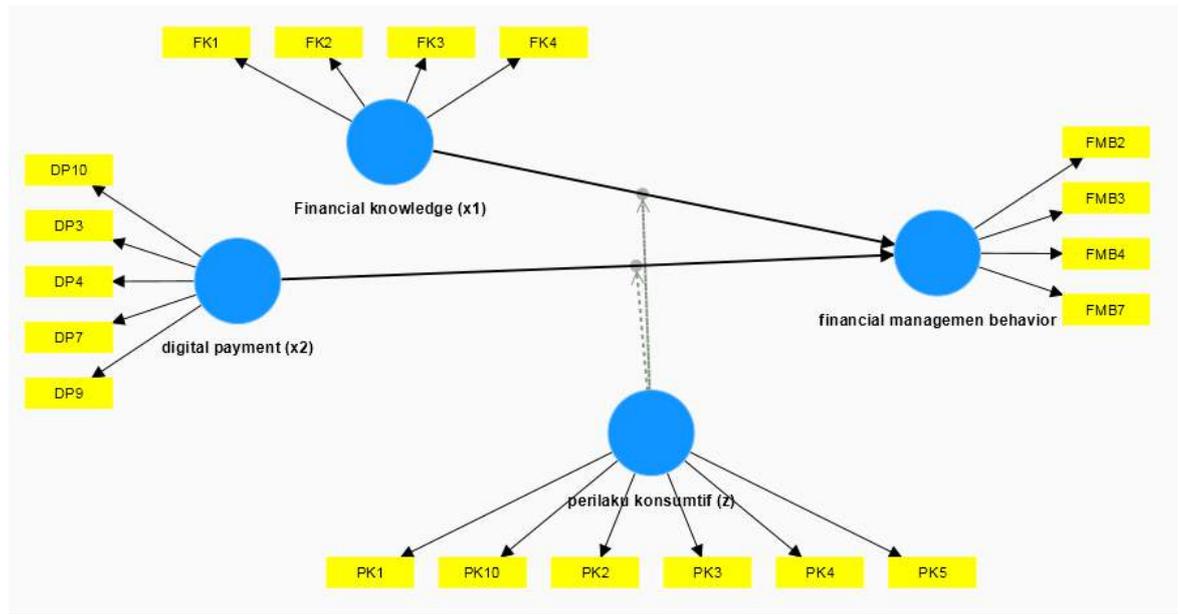
284	5	4	3	4	4	2	3	3	5	5	5	2
285	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	2
286	5	5	4	4	4	5	3	3	5	5	4	2
287	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
288	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5
289	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3
290	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
291	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3
292	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	3	5
293	1	1	1	1	1	1	5	4	1	1	1	3
294	5	5	4	5	5	5	2	3	5	5	5	4
295	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	3	3
296	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	2
297	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	3
298	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
299	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3
300	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3
301	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
302	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4
303	5	5	4	5	5	4	3	3	5	5	3	3
304	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
305	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4
306	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4
307	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4
308	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3
309	5	5	5	4	5	5	3	2	5	5	3	3
310	5	5	4	5	5	5	3	2	5	5	4	2
311	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	3	3
312	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	2
313	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	3	3
314	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	4	2
315	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	3	3
316	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
317	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	4
318	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
319	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	2
320	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	3	3
321	5	5	5	5	5	4	2	3	5	5	5	2
322	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	3	3
323	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5
324	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	4

325	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3
326	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	3	4
327	5	5	5	4	5	5	3	2	5	5	4	2
328	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3
329	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4
330	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	3	3
331	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4
332	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	3
333	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5
334	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	2
335	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
336	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4
337	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
338	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
339	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3
340	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
341	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5
342	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3
343	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
344	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4
345	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	3	4
346	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3
347	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	3	4
348	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	4
349	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	2	4
350	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	3	1
351	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3
352	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3
353	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3
354	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
355	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4
356	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3
357	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
358	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
359	5	5	4	4	4	4	3	2	4	5	5	4
360	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3
361	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4
362	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
363	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
364	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
365	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	3

366	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3
367	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	3
368	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
369	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
370	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3
371	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
372	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	2
373	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	3
374	5	5	5	5	4	5	2	3	5	5	4	2
375	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
376	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4
377	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	2
378	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
379	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4
380	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3
381	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	3	3
382	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3
383	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	3
384	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
385	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	2
386	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4
387	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	2
388	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
389	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3
390	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	4	2
391	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4

Lampiran 3 : Hasil Olah Data

Hasil Uji SmartPLS



Hasil Pengujian *convergent Validity*

Loading factor indikator

	FK	DP	FMB	PK
FK 1	0,828			
FK 2	0,873			
FK 3	0,845			
FK 4	0,726			
DP 3		0,672		
DP 4		0,660		
DP 7		0,690		
DP 9		0,744		
DP 10		0,787		
FMB 2			0,789	
FMB 3			0,840	
FMB 4			0,825	
FMB 7			0,671	
PK 1				0,925
PK 2				0,758
PK 3				0,911
PK 4				0,911
PK 5				0,928
PK 10				0,855

Hasil Uji *Diskriminan Validity*

1. Fornell-Lacker Criterion

	Financial Knowledge	Digital Payment	Financial Management Behavior	Perilaku Konsumtif
Financial Knowledge	0,820			
Digital Payment	0,243	0,712		
Financial Management Behavior	0,753	0,282	0,784	
Perilaku Konsumtif	0,156	0,391	0,174	0,883

2. Cross Loading

	X1	X2	Y	Z	X1*Z	X2*Z
FK1	0,828	0,267	0,651	0,113	-0,019	-0,045
FK2	0,873	0,221	0,647	0,090	-0,052	-0,037
FK3	0,845	0,169	0,644	0,183	-0,125	-0,100
FK4	0,726	0,126	0,518	0,129	-0,095	-0,081
DP3	0,071	0,672	0,142	0,282	0,001	-0,193
DP4	0,128	0,660	0,107	0,149	0,104	-0,042
DP7	0,203	0,690	0,170	0,236	-0,029	-0,154
DP9	0,219	0,744	0,258	0,388	-0,302	-0,404
DP10	0,193	0,787	0,250	0,267	-0,044	-0,200
FMB2	0,573	0,252	0,789	0,220	-0,126	-0,164
FMB3	0,729	0,213	0,840	0,012	0,065	0,026
FMB4	0,572	0,207	0,825	0,122	-0,082	-0,084
FMB7	0,444	0,223	0,671	0,252	-0,174	-0,259
PK1	0,147	0,330	0,168	0,925	-0,648	-0,789
PK2	0,138	0,383	0,158	0,911	-0,596	-0,729
PK3	0,164	0,357	0,179	0,911	-0,597	-0,710
PK4	0,168	0,320	0,176	0,928	-0,607	-0,731
PK5	0,104	0,355	0,124	0,855	-0,427	-0,619
PK10	0,074	0,365	0,085	0,758	-0,460	-0,574
X1*Z	-0,087	-0,123	-0,083	-0,639	1,000	0,525
X2*Z	-0,079	-0,316	-0,132	-0,790	0,525	1,000

3. *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average Variance Extracted (AVE)
Financial Knowledge (X1)	0,673
Digital Payment (X2)	0,507
Financial Management Behavior	0,615
Perilaku Konsumtif (Z)	0,780

Hasil Uji *Composite reliability*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (Rho_A)
Financial Knowledge (X1)	0,836	0,845
Digital Payment (X2)	0,773	0,795
Financial Management Behavior (Y)	0,791	0,813

Hasil Uji R – Square

	R Square	R Square Adjusted
Financial Management Behavior (Y)	0,581	0,575

Hasil Uji *Path Coefficient (Boostrapping)*

	Original Sample (O)	Sampel Mean (M)	Standar Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	0,730	0,730	0,028	26,455	0,000
X2 -> Y	0,094	0,097	0,040	2,364	0,018
Z*X1 -> Y	0,010	0,007	0,046	0,215	0,830
Z*X2 -> Y	-0,032	-0,028	0,028	1,139	0,255

Lampiran 4 : Hasil Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG

FAKULTAS EKONOMI

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341)

558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M
NIP : 198710022015032004
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Aqidatul Izza
NIM : 200501110032
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Skripsi : PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)

menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
25%	23%	15%	8%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 April 2024

UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M

Lampiran 5 : Data Diri Penulis

Nama Lengkap : Aqidatul Izza
Tempat, Tanggal Lahir : Lamonga, 09 Juni 2002
Alamat Asal : Desa Kedungpring Regency Rt/Rw 003/001, Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan – Jawa Timur
Alamat Domisili : PP. Al Azkiya' Jl. Joyosuko Metro Gg 2 No.48 RT.09 RW.12 Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
Telepon/HP : 085604772243
E-mail : Aqidatulizza123@gmail.com

Pendidikan Formal

2007 - 2008 : TK Islam Kedungpring
2008 - 2014 : MIN 1 Lamongan
2014 - 2017 : MTSN 1 Lamongan
2017 - 2020 : MAN 1 Bojonegoro
2020 - 2024 : Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non

Formal

2020 - 2021 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2021 - 2022 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman

Organisasi

- Anggota Halaqoh Ilmiah Divisi Organizing UIN Maliki Malang tahun 2021
- Anggota Ikamala (Ikatan Mahasiswa Lamongan) tahun 2020 – 2024

Aktifitas dan Pelatihan

- Peserta Webinar “*Expand Knowledge About Career In 3 Majors : Accounting, Management, And Banking*” Tahun 2021.
- Peserta Webinar “Digitalisasi Rupiah; Esensi Penggunaan QRIS Di Kalangan Masyarakat Indonesia Hingga Manca Negara “ Tahun 2023.
- Peserta Kegiatan Edukasi Keuangan Ngopi Kuy (Ngobrol Pintas Seputar Keuangan Yuk!) Dengan Tema “Mahasiswa Cerdas? Wajib Ngerti Keuangan Digital” Tahun 2023.
- Peserta Webinar “Peranan Digitalisasi *Financial* Terhadap Dunia Bisnis Di Era Global” Tahun 2021.
- Peserta Manajemen Fiest Dalam Acara Webinar *Entrepreneurship Digital Marketing And Productivity* Tahun 2021.

- Peserta Acara Sekolah Pasar Modal Advance Level Yang Diadakan Oleh GIS Pada Tahun 2023.
- Peserta Webinar “ Kontribusi Ekonomi Digital Sebagai Strategi Pemulihan Ekonomi Di Era New Normal” Yang Dilakukan Pada Tahun 2021.
- Pelatihan Statistic Yang Diadakan Oleh Research And Statistic Laboratory Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Pada Tahun 2023.
- Peserta Pelatihan Kepenulisan Yang Diadakan Oleh Himpunan Mahasiswa Manajemen Pada Tahun 2020.
- Peserta Webinar Locate Marketing Competition Pada Tahun 2021.
- Peserta Webinar “*International Guest Lecture; The Challenge And Prospect Of Islamic Social Finance*” Pada Tahun 2022.
- Peserta Sekolah Pasar Modal Level Basic Yang Diadakan Oleh GIS UIN Malang Pada Tahun 2022.
- Peserta Webinar Nasional Economic Festival Pada Tahun 2020.
- Peserta Acara Parade Entrepreneurship Pada Tahun 2021.
- Peserta Dalam Acara Manajemen Fiesta Seosen VIII Pada Tahun 2020.
- Peserta Webinar Virtual Event Yang Diadakan Oleh DEMA Fakultas Ekonomi UIN Malang Pada Tahun 2021.
- Peserta Dalam Kegiatan Pengenalan Budaya Akademik Dan Kemahasiswaan Yang Di Adakan Oleh Fakultas Ekonomi Pada Tahun 2020.
- Peserta Sekolah Pasar Modal Intermediate Level Pada Tahun 2023.
- Peserta Dalam Kegiatan Pengenalan Budaya Akademik Dan Kemahasiswaan Yang Di Adakan Oleh Dewan Eksekutif Mahasiswa UIN Malang Pada Tahun 2020.

Lampiran 6 : Bukti Konsultasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG

FAKULTAS EKONOMI

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM 200501110032
Nama : Aqidatul Izza
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Mardiana, SE., MM
Judul Skripsi : **PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE*
DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP
FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	25 September 2023	Konsultasi judul skripsi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	12 Oktober 2023	ACC Judul Proposal	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
3	16 Oktober 2023	pengajuan Bab 1	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	23 Oktober 2023	Revisi Bab 1	Ganjil 2023/2024	Sudah

				Dikoreksi
5	26 Oktober 2023	Pengajuan Bab 2 dan 3	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	6 November 2023	Revisi bab 1, 2, dan 3	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
7	23 November 2023	ACC Proposal Skripsi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
8	23 Februari 2024	Bimbingan bab 4	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
9	26 Februari 2024	Bimbingan Bab 4 dan 5	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
10	8 Maret 2024	Revisi Bab 4 dan 5	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi

Malang, 8 Maret 2024

Dosen Pembimbing



Mardiana, SE., MM