



Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, dan Hedonistic Lifestyle Terhadap Financial Management Behavior Pengguna PayLater

Rika Wahyu Permata, Sri Trisnaningsih*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

Email: 121013010351@student.upnjatim.ac.id, trisna.ak@upnjatim.ac.id

Email Penulis Korespondensi: trisna.ak@upnjatim.ac.id

Submitted: 17/07/2025; Accepted: 25/08/2025; Published: 25/08/2025

Abstrak—Pesatnya kemajuan teknologi finansial pada era Society 5.0 telah mendorong terjadinya perubahan besar dalam cara individu mengelola keuangan pribadinya. Salah satu wujud dari inovasi tersebut adalah hadirnya berbagai layanan keuangan digital, termasuk skema pembayaran tertunda seperti PayLater. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menelaah dampak dari financial literacy, financial attitude, serta hedonistic lifestyle terhadap financial management behavior pada pelajar pemakai fitur PayLater. Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling dalam seleksi responden, melibatkan 130 mahasiswa dari Jurusan Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur. Informasi dikumpulkan melalui penyebaran angket daring yang disusun untuk mengevaluasi empat dimensi utama, yakni literasi finansial, sikap terhadap keuangan, pola hidup konsumtif, dan perilaku dalam pengelolaan dana. Pengolahan informasi dilakukan memakai teknik Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) guna mengevaluasi kaitan antar unsur dalam kerangka studi. Temuan dari pengolahan memperlihatkan bahwa ketiga unsur bebas financial literacy, financial attitude, dan hedonistic lifestyle memiliki pengaruh yang nyata terhadap financial management behavior mahasiswa pengguna layanan PayLater. Hasil ini konsisten dengan pendekatan Theory of Planned Behavior yang mendasari penelitian ini menggarisbawahi pentingnya unsur kognitif dan perilaku dalam menentukan keputusan keuangan. Studi ini berkontribusi dalam menambah wawasan mengenai perilaku finansial generasi muda di tengah perkembangan teknologi, khususnya dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti PayLater.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Sikap Keuangan; Gaya Hidup Hedonistik; Perilaku Pengelolaan Keuangan; PayLater

Abstract—The rapid progression of financial technology during the Society 5.0 era has brought about transformative changes in personal finance management, exemplified by the emergence of innovative digital financial services like PayLater. This research explores the extent to which financial literacy, financial attitude, and a hedonistic lifestyle influence financial management behavior, with an emphasis on college students who utilize PayLater services. A quantitative method was implemented, applying purposive sampling to choose 130 students from the Accounting Department at UPN “Veteran” East Java. Data collection was conducted using an online survey designed to evaluate four key constructs: financial literacy, financial attitude, hedonistic lifestyle, and financial management behavior. The data were analyzed using the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method, which facilitated the assessment of relationships among the studied variables. Findings reveal that all three independent variables financial literacy, financial attitude, and hedonistic lifestyle significantly impact the financial management behavior of students who use PayLater. These findings are consistent with the Theory of Planned Behavior, which emphasizes the role of cognitive and behavioral elements in shaping financial decision-making. Ultimately, the research contributes meaningful insights into how digital-age financial behaviors are shaped, particularly in the context of delayed payment mechanisms like PayLater.

Keywords: Financial Literacy; Financial Attitude; Hedonistic Lifestyle; Financial Management Behavior; PayLater

1. PENDAHULUAN

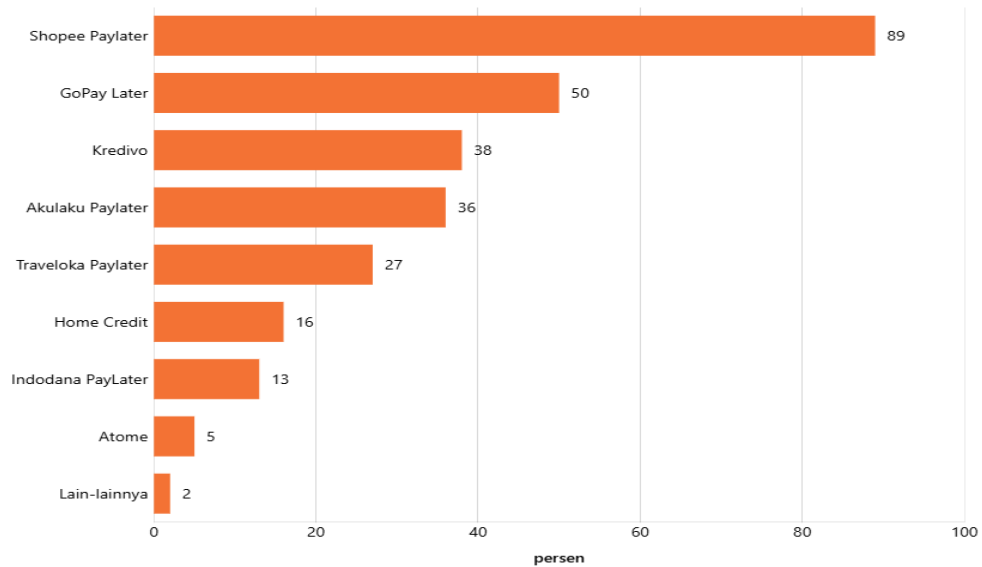
Perkembangan pesat teknologi finansial di era Society 5.0 telah mengubah cara individu dalam mengelola keuangan. Transformasi ini tidak hanya menghadirkan kemudahan akses terhadap layanan keuangan, tetapi juga melahirkan inovasi baru seperti sistem pembayaran digital, salah satunya adalah layanan PayLater. PayLater merupakan metode pembayaran tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen melakukan transaksi dan menunda pembayaran hingga waktu yang ditentukan (Amarta & Nisa, 2024). Kemunculan layanan ini menambah tantangan baru dalam pengelolaan keuangan, yang kini tidak hanya mencakup aspek penyimpanan dan pengaturan anggaran, tetapi juga pemahaman terhadap risiko dan manfaat dari berbagai produk keuangan digital yang terus berkembang (Primadineska & Prasetyo, 2024).

Kemajuan teknologi digital turut memengaruhi perilaku konsumen, khususnya dalam aktivitas belanja dan pengelolaan keuangan sehari-hari. Aplikasi pembayaran digital dan platform e-commerce telah membuat proses transaksi menjadi lebih cepat dan mudah, sehingga mendorong perubahan kebiasaan konsumsi. Kemudahan ini sering kali memicu perilaku konsumtif karena konsumen bisa memperoleh beragam produk dan layanan cukup melalui beberapa kali klik. Akibatnya, banyak individu yang cenderung melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan anggaran atau kebutuhan jangka panjang (Rumbik et al., 2024). Meskipun kenyamanan tersebut menawarkan efisiensi, namun juga menyimpan risiko terhadap stabilitas keuangan jika tidak diiringi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik.

Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Januari 2025, nilai outstanding PayLater di sektor perbankan mencapai Rp22,57 triliun, meningkat sebesar 46,45% dibandingkan tahun sebelumnya. Bahkan jika dibandingkan dengan Desember 2024, pertumbuhannya mencapai 43,76%. Data tersebut menunjukkan adanya kenaikan yang signifikan dalam pemanfaatan layanan PayLater di masyarakat, khususnya pada kelompok usia



produktif (18-35 tahun) yang dikenal sangat aktif menggunakan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Tingkat inklusi keuangan di Indonesia tercatat mencapai 80,51%, sedangkan tingkat literasi keuangannya berada pada angka 66,46% berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025. Data ini menunjukkan bahwa meskipun akses masyarakat terhadap layanan keuangan cukup tinggi, pemahaman mereka mengenai pengelolaan keuangan belum sepenuhnya seimbang dengan tingkat keterjangkauan tersebut. Menariknya, kelompok usia muda mencatat skor tertinggi dalam literasi keuangan, yaitu 73,22%, yang mengindikasikan bahwa mereka memiliki pengetahuan tentang produk keuangan, meskipun pemahaman tersebut belum tentu tercermin dalam perilaku keuangan sehari-hari. Fenomena tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 yang diperkuat oleh data empiris.



Gambar 1. Grafik Merek Layanan PayLater di Indonesia

Seiring dengan meningkatnya popularitas layanan keuangan digital seperti PayLater, pemahaman mengenai konsep-konsep dasar keuangan menjadi semakin penting. Literasi keuangan tidak hanya berfokus pada pengetahuan tentang cara mengatur anggaran atau menyimpan uang, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengevaluasi keuntungan dan kerugian dari tiap keputusan keuangan yang dibuat. Financial literacy menggambarkan kapasitas individu dalam memahami serta mengelola keuangan pribadinya, sehingga mampu mengambil keputusan secara bijak demi kebutuhan saat ini maupun perencanaan di masa mendatang. Literasi keuangan merupakan dasar utama dalam pengambilan keputusan keuangan yang efektif, serta memegang peran penting dalam mewujudkan kestabilan serta kesejahteraan finansial.

Selain literasi, perilaku pengelolaan keuangan atau financial management behavior juga menjadi elemen penting dalam mencapai kesejahteraan finansial. Perilaku ini mencakup kebiasaan seperti menyusun anggaran, mencatat pengeluaran, merencanakan tabungan, serta mengelola utang. Menurut Razaq et al. (2024), perilaku manajemen keuangan yang baik berperan dalam membentuk kepribadian finansial seseorang, serta memberikan kontrol yang lebih baik atas kondisi keuangannya. Mustika et al. (2022) juga menekankan bahwa kemampuan mengelola keuangan pribadi secara efektif dapat membantu individu memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menghindari risiko keuangan di masa depan. Oleh karena itu, penguatan perilaku ini menjadi salah satu kunci untuk menjaga keseimbangan keuangan dalam era digital saat ini.

Namun, tidak semua individu memiliki kesadaran atau sikap yang sehat dalam mengelola keuangan. Rendahnya literasi keuangan sering kali menjadi penyebab utama dalam pengambilan keputusan yang tidak bijak, seperti melakukan utang tanpa memperhitungkan kemampuan untuk membayar kembali. Ketidaktahuan terhadap prinsip dasar pengelolaan keuangan dapat menyebabkan kesalahan dalam perencanaan, yang berdampak pada ketidakstabilan finansial dan hambatan dalam mencapai tujuan jangka panjang (Mandagie et al., 2020). Dengan demikian, setiap orang harus memiliki kesadaran akan pentingnya literasi keuangan, karena hal ini termasuk dalam keterampilan hidup yang esensial.

Salah satu elemen mendasar yang turut membentuk financial attitude atau sikap keuangan merupakan perilaku keuangan individu. Sikap keuangan mengacu pada pola pikir, perasaan, serta kecenderungan seseorang dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan finansial. Ini mencakup cara seseorang mempersepsikan uang, menilai pentingnya menabung, berinvestasi, atau bahkan dalam memprioritaskan kebutuhan dan keinginan. Sikap yang positif terhadap keuangan biasanya mendorong individu untuk bersikap bijak dalam pengeluaran, berhati-hati dalam berutang, dan lebih disiplin dalam merencanakan masa depan finansialnya. Sebaliknya, sikap yang kurang sehat terhadap uang dapat memicu keputusan keuangan yang impulsif dan tidak terencana. Oleh karena itu, pemahaman serta pembentukan sikap keuangan yang baik menjadi pondasi penting dalam membangun perilaku



finansial yang sehat dan berkelanjutan, baik pada tingkat individu maupun dalam konteks keluarga dan masyarakat. Hidayat & Paramita (2022) menyatakan bahwa financial attitude yang negatif dapat terlihat dari kecenderungan untuk membelanjakan uang secara impulsif, keengganan menabung, serta lebih memilih kepuasan sesaat daripada perencanaan jangka panjang. Sikap seperti ini menjadi tantangan besar dalam membangun kebiasaan keuangan yang sehat, terutama di tengah arus informasi dan promosi konsumsi yang begitu masif di media digital.

Perkembangan teknologi dan media sosial juga berperan dalam membentuk gaya hidup konsumtif, khususnya di kalangan generasi muda. Layanan seperti PayLater yang menawarkan kemudahan akses berbelanja online turut mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Perilaku ini ditandai dengan ketidakseimbangan antara kebutuhan dan keinginan, serta dominasi motivasi mencari kepuasan instan dibanding pertimbangan rasional terhadap kondisi keuangan (Abadi et al., 2020). Tanpa adanya pengendalian diri dan pemahaman keuangan yang cukup, perilaku konsumtif dapat menyebabkan tekanan finansial dalam jangka waktu panjang.

Mengacu pada beragam penjelasan terdahulu, makin terlihat pentingnya mengkaji keterkaitan antara financial literacy, financial attitude, dan hedonistic lifestyle dengan financial management behavior, terlebih dalam ranah pemanfaatan platform keuangan digital seperti PayLater. Fenomena meningkatnya penggunaan PayLater oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda, mengindikasikan adanya pergeseran dalam cara individu mengelola dan memanfaatkan akses keuangan. Sayangnya, tanpa dibarengi pemahaman keuangan yang memadai dan sikap yang bijak, penggunaan layanan ini dapat berisiko menjerumuskan pengguna pada tindakan konsumsi yang berlebihan serta tanpa tanggung jawab. Maka, penelitian ini menjadi penting sebagai upaya untuk memberikan gambaran empiris mengenai sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi perilaku keuangan individu. Luaran kajian ini diharapkan tidak cuma menambah referensi ilmiah dalam ranah behavioral finance, namun juga menjadi pijakan dalam penyusunan regulasi serta pendekatan pembelajaran keuangan yang lebih relevan. Hasil ini bisa mendukung berbagai kalangan, termasuk lembaga akademik maupun pelaku penyedia jasa keuangan, untuk membangun kebiasaan ekonomi yang makin bijak, sistematis, dan berkesinambungan di masa digital sekarang.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kajian Teori

Theory of Planned Behavior (TPB), yang dikembangkan oleh Ajzen pada 1985, adalah pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dirumuskan bersama Fishbein pada 1975. Dalam TRA, niat bertindak dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif, namun tidak memadai dalam situasi dengan hambatan eksternal. Untuk itu, TPB menambahkan perceived behavioral control, yang mencakup kepercayaan diri dan dukungan eksternal (Azmi & Puspita, 2024). TPB menjelaskan bahwa perilaku didasarkan pada keputusan logis, dipengaruhi oleh tiga komponen utama: attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control, yang membentuk niat untuk bertindak. TPB sering digunakan untuk menjelaskan perilaku keuangan, karena dapat menggambarkan sikap bijak dalam mengelola keuangan pribadi (Rismarina & Maulana, 2024). Sederhananya, dalam pengelolaan keuangan, seseorang dengan sikap positif terhadap kebiasaan menabung, merasa didukung oleh lingkungan sosialnya, dan yakin bahwa dirinya mampu mengatur keuangan dengan baik, cenderung memiliki niat kuat untuk menerapkan perilaku finansial yang sehat. TPB tidak semata-mata memiliki relevansi secara teori, namun juga dapat diterapkan dalam memahami dan mengubah perilaku keuangan di era modern yang penuh tantangan.

2.2 Pengaruh Financial Literacy Terhadap Financial Management Behavior Pengguna PayLater

Financial literacy penting dalam pengambilan keputusan keuangan karena mempengaruhi pencapaian keuntungan dan kesejahteraan individu serta mendukung perilaku pengelolaan keuangan yang bijak (Rachman & Dewi, 2024). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan adanya kesesuaian dengan studi-studi sebelumnya yang telah dilakukan oleh sejumlah peneliti. Penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya, seperti oleh Hidayat & Paramita (2022), yang menunjukkan financial literacy berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan di kalangan pelajar. Pelajar dengan pemahaman finansial yang baik lebih cenderung merencanakan keuangan dengan rasional, sementara yang kurang literasi keuangan cenderung mengikuti hasrat jangka pendek. Temuan serupa juga ditemukan dalam penelitian Elviani & Iramani (2023), yang menekankan bahwa financial literacy penting dalam mendorong perilaku keuangan bertanggung jawab, termasuk penggunaan layanan PayLater secara bijak. Hal ini menunjukkan bahwa financial literacy bukan hanya penting untuk pengelolaan keuangan sehari-hari, tetapi juga untuk mengidentifikasi dan mengendalikan risiko produk keuangan digital yang berkembang pesat. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan menjadi kunci dalam membangun kebiasaan finansial positif di kalangan pelajar, mahasiswa, dan masyarakat, terutama di tengah dinamika ekonomi digital yang cepat berubah.

H₁: Financial literacy berpengaruh terhadap financial management behavior pengguna PayLater

2.3 Pengaruh Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior Pengguna PayLater

Financial attitude atau pandangan terhadap keuangan merupakan salah satu unsur krusial yang ikut memengaruhi terbentuknya financial management behavior, karena sikap ini mencerminkan bagaimana individu mengatur serta memanfaatkan keuangannya secara bijaksana. Sikap keuangan (financial attitude) terbukti secara nyata memengaruhi



perilaku pengelolaan keuangan (financial management behavior), misalnya dalam praktik menabung rutin, penyusunan anggaran yang terencana, serta penggunaan dana secara cermat dan bertanggung jawab (Vitrissia & Setyorini, 2024). Temuan serupa juga disampaikan oleh A. S. Putri & Ridwan (2024), Temuan ini menunjukkan bahwa financial attitude berperan dalam membantu seseorang dalam mengambil keputusan finansial yang lebih logis dan didasari oleh pertimbangan yang cermat. Temuan ini diperkuat oleh studi Liestiyanti & Andarini (2024), yang mengungkapkan bahwa financial attitude memberikan pengaruh yang variabelatif.

H₂: Financial attitude berpengaruh terhadap financial management behavior pengguna PayLater

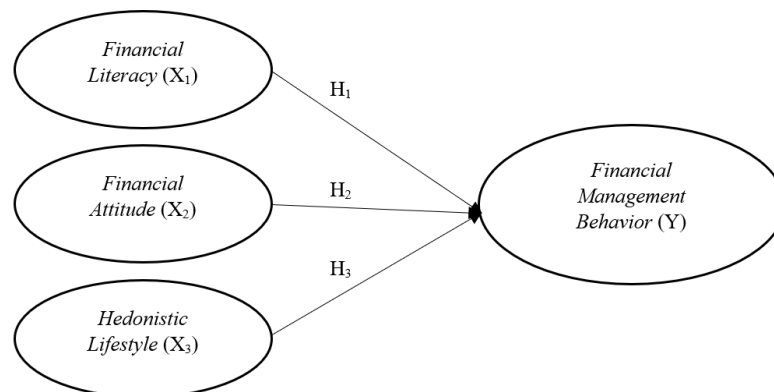
2.4 Pengaruh Hedonistic Lifestyle Terhadap Financial Management Behavior Pengguna PayLater

Hedonistic lifestyle, yang fokus pada pencarian kesenangan dan pemuasan instan, sering memengaruhi remaja yang sedang mencari identitas dan rentan terhadap budaya konsumtif. Gaya hidup ini dapat berdampak negatif pada perilaku keuangan, terutama pengguna layanan PayLater. Angelista et al. (2024) menemukan bahwa hedonistic lifestyle berkontribusi signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, mendorong konsumsi berlebihan dan mengabaikan perencanaan serta kontrol keuangan. Hal ini sejalan dengan temuan Wiranti et al. (2023), yang menunjukkan bahwa intensitas gaya hidup konsumtif menurunkan kualitas pengelolaan keuangan, dengan individu lebih fokus pada belanja non-esensial. Hendriansyah et al. (2023) juga mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis memengaruhi keputusan keuangan jangka panjang, terutama pada mahasiswa yang sedang membentuk kebiasaan keuangan. Oleh karena itu, penting untuk memahami dampak pola hidup terhadap perilaku manajemen keuangan, terutama bagi pengguna PayLater. Mereka dengan sikap finansial positif cenderung mengelola keuangan dengan bijak saat menggunakan layanan tersebut.

H₃: Hedonistic lifestyle berpengaruh terhadap financial management behavior pengguna PayLater

2.5 Kerangka Berpikir

Berdasarkan hasil temuan penelitian sebelumnya dan landasan teori yang telah dijelaskan, kerangka berpikir disusun sebagai acuan untuk memahami keterkaitan antar variabel yang diteliti, serta menjelaskan bagaimana interaksi antar variabel tersebut dapat memengaruhi hasil penelitian.



Gambar 2. Kerangka Berpikir

Merujuk pada Gambar 2, hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (H₁) Financial literacy berpengaruh terhadap financial management behavior pengguna PayLater, (H₂) Financial attitude berpengaruh terhadap financial management behavior pengguna PayLater, dan (H₃) Hedonistic lifestyle berpengaruh terhadap financial management behavior pengguna PayLater.

2.6 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode pokok untuk mengeksplorasi hubungan antarvariabel yang telah ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan uraian Sugiyono (2020), metode kuantitatif ditujukan untuk menelaah suatu populasi atau sampel secara objektif dengan memanfaatkan alat ukur yang dirancang secara terstruktur dan dapat dinilai secara kuantitatif. Melalui metode ini, peneliti mengumpulkan informasi berbentuk numerik yang selanjutnya diolah memakai cara statistik guna mengonfirmasi dugaan yang sudah dirumuskan. Salah satu manfaat pendekatan ini yaitu kemampuannya dalam menyajikan temuan yang bisa digeneralisasikan terhadap kelompok yang lebih besar, asalkan tahapan pengambilan sampel dilakukan secara tepat. Dalam kerangka studi ini, pendekatan numerik digunakan untuk mengevaluasi dampak dari tiga unsur bebas yakni financial literacy, financial attitude, serta hedonistic lifestyle terhadap unsur terikat berupa financial management behavior pada pelajar yang memakai fitur PayLater. Pemilihan metode ini dinilai relevan karena seluruh variabel tersebut dapat diukur secara kuantitatif melalui kuesioner tertutup, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik inferensial. Dengan demikian, pendekatan kuantitatif menjadi alat yang efektif untuk mengidentifikasi dan menguji hubungan kausal antar variabel, sekaligus memberikan dasar empiris yang kuat dalam memahami perilaku keuangan pengguna layanan keuangan digital.



Kajian ini memusatkan kelompok target utamanya pada pelajar aktif dari Program Studi Akuntansi tahun masuk 2021 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur. Partisipan ditentukan memakai metode non-probability sampling melalui pendekatan purposive sampling. Strategi tersebut diterapkan karena memberikan keleluasaan kepada peneliti dalam menetapkan responden berdasar pada kriteria-kriteria spesifik yang dianggap sejalan dengan arah serta kebutuhan studi. Oleh sebab itu, tidak setiap individu dalam populasi mempunyai peluang setara untuk dipilih sebagai responden, hanya mereka yang cocok dengan kualifikasi tertentu dan dipandang mampu memberikan informasi yang sesuai. Pendekatan ini lazim digunakan dalam penelitian yang memerlukan partisipan dengan karakteristik khusus yang secara langsung terkait dengan variabel-variabel yang diteliti. Dalam studi ini, penentuan kriteria responden dirancang agar informasi yang dihimpun benar-benar menggambarkan tingkat pemahaman dan pengalaman aktual dalam mengelola keuangan serta dalam memanfaatkan layanan PayLater. Adapun syarat kelayakan responden dalam studi ini mencakup: (1) terdaftar sebagai mahasiswa aktif angkatan 2021 di Program Studi Akuntansi, (2) memiliki pengalaman menggunakan layanan PayLater, baik saat ini maupun di masa lalu, dan (3) bersedia mengisi kuesioner secara jujur dan lengkap. Penentuan kriteria tersebut bertujuan untuk menjamin relevansi dan kualitas data yang dikumpulkan, dengan demikian, temuan penelitian memiliki derajat validitas yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara keilmuan:

1. Mahasiswa aktif program studi Akuntansi di UPN "Veteran" Jawa Timur angkatan 2021.
2. Pengguna layanan PayLater, baik yang sudah aktif menggunakan maupun pengguna baru (terbuka untuk semua platform PayLater).
3. Memahami dasar-dasar pengelolaan keuangan.
4. Bersedia menjadi responden penelitian.

Penentuan kriteria tersebut bertujuan untuk menjamin relevansi dan kualitas data yang dikumpulkan, dengan demikian, temuan penelitian memiliki derajat validitas yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara keilmuan:

1. Mahasiswa aktif program studi Akuntansi di UPN "Veteran" Jawa Timur angkatan 2021.
2. Pengguna layanan PayLater, baik yang sudah aktif menggunakan maupun pengguna baru (terbuka untuk semua platform PayLater).
3. Memahami dasar-dasar pengelolaan keuangan berdasarkan sumber pendapatan.
4. Bersedia menjadi responden penelitian.

Menurut Arikunto (2017), dalam penelitian yang melibatkan populasi lebih dari 100 orang, ukuran sampel yang representatif umumnya berada dalam kisaran 20–25% dari total populasi, tergantung pada tingkat keakuratan dan keterwakilan data yang diinginkan oleh peneliti. Mengacu pada pedoman yang relevan, jumlah minimum sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 20% dari total populasi mahasiswa aktif angkatan 2021 Program Studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur, yang berjumlah 351 orang. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh angka sekitar 70,2 individu, yang kemudian disesuaikan secara praktis menjadi 70 responden untuk keperluan penelitian ini.

Studi ini memanfaatkan informasi langsung sebagai sumber data pokok, yakni informasi yang diperoleh secara pribadi dari peserta yang telah dipilih menurut syarat tertentu. Tahapan akuisisi data dilaksanakan melalui jaringan dengan cara membagikan angket daring yang disusun memakai sarana Google Form. Untuk memperluas sebaran partisipan dan menyederhanakan pengirimannya, pranala angket dibagikan lewat perangkat lunak WhatsApp. Setiap butir dalam angket dirancang dalam bentuk soal tertutup, di mana peserta diminta menentukan pilihan yang paling merepresentasikan situasi atau opini mereka. Alat evaluasi ini menggunakan skala Likert lima jenjang, dari sangat tidak menyetujui sampai sangat menyetujui, yang disusun untuk mengukur sejauh mana tingkat persetujuan peserta terhadap sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan unsur studi, yaitu financial literacy, financial attitude, hedonistic lifestyle, serta financial management behavior. Pendekatan tersebut dipilih karena dinilai mampu menggambarkan secara kuantitatif persepsi dan kecenderungan perilaku responden secara sistematis dan terukur. Pada Tabel 1 menyajikan penjelasan mengenai definisi operasional dari masing-masing variabel penelitian beserta indikatornya.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Financial Literacy	Kemampuan untuk memahami dan mengelola keuangan dengan efektif, sehingga dapat membuat keputusan yang tepat dan mencapai kesejahteraan finansial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan Dasar Pengetahuan Pribadi 2. Pengetahuan Manajemen Uang 3. Pengetahuan Manajemen Kredit dan Utang 4. Pengetahuan Mengenai Tabungan dan Investasi 5. Pengetahuan Manajemen Risiko (Mustika et al., 2022)
Financial Attitude	Cara berpikir dan perilaku seseorang dalam mengelola dan menggunakan uang, mencakup penalaran, pengelolaan, dan pandangan tentang keuangan pribadi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan Uang untuk Menunjukkan Status dan Kekuasaan 2. Sensitivitas Terhadap Harga dalam Membeli Barang atau Jasa 3. Persepsi Uang sebagai Sumber Kecemasan 4. Waktu Menyimpan untuk Masa Depan (Mustika et al., 2022)



Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Hedonistic Lifestyle	Gaya hidup yang mengejar kesenangan sebagai tujuan hidup.	1. Penggunaan Waktu Luang
		2. Mencari Diskon
Financial Management Behavior	Kemampuan seseorang dalam mengatur keuangan pribadi secara efisien mencakup aspek perencanaan, penyusunan anggaran, serta pengelolaan pengeluaran harian secara bijaksana .	3. Suka Membeli Produk Mahal
		4. Bersenang-senang dengan Teman
		5. Mengikuti Trend Terbaru
		6. Memperbarui Penampilan (Trixsiana & Lestari, 2024)
		1. Perencanaan Keuangan
		2. Penganggaran Keuangan
		3. Pengelolaan Keuangan
		4. Pengendalian Keuangan
		5. Implementasi Anggaran Keuangan (Mega, 2020)

Dalam kegiatan pemrosesan informasi pada studi ini, pendekatan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) diterapkan, dengan memanfaatkan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0 sebagai alat bantu analisis. Dari sisi peneliti, pemilihan metode PLS-SEM dilakukan karena metode ini dianggap paling sesuai dengan karakteristik data yang dimiliki. Selain itu, metode ini juga dinilai mampu menjawab tujuan utama dari penelitian secara metodologis. Salah satu keunggulan utama PLS-SEM adalah kemampuannya untuk mengolah data dengan jumlah sampel yang relatif kecil tanpa mengharuskan pemenuhan asumsi distribusi normal, sehingga sangat cocok untuk penelitian survei dengan jumlah responden terbatas. Selain itu, PLS-SEM dapat dimanfaatkan untuk memperkirakan model yang memiliki variabel dengan indikator baik reflektif maupun formatif, menjadikannya fleksibel dalam menjelaskan berbagai tipe hubungan antara variabel laten. Metode ini juga memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap hubungan struktural antar variabel laten sekaligus memperhatikan kontribusi masing-masing indikator pengukurannya.

Dalam studi ini, pendekatan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) ditetapkan sebab dinilai paling relevan untuk mengevaluasi dampak financial literacy, financial attitude, dan hedonistic lifestyle terhadap financial management behavior dalam latar penggunaan fitur PayLater. Dilihat dari perspektif penafsiran, kerumitan keterkaitan antar unsur yang melibatkan aspek persepsi dan tindakan menjadikan PLS-SEM lebih menonjol daripada pendekatan pengujian lainnya. Proses pemrosesan informasi dilakukan oleh peneliti memakai aplikasi SmartPLS edisi 4.0, yang dibagi dalam dua bagian inti: penilaian outer model serta inner model. Bagian pertama diarahkan pada pengecekan keabsahan dan kestabilan variabel memakai ukuran seperti convergent validity, discriminant validity, dan composite reliability. Kemudian, bagian berikutnya bertujuan menilai keterkaitan antar unsur tersembunyi dengan metode analisis jalur koefisien, angka t-statistic, dan nilai p-value. Dengan memakai pendekatan tersebut, peneliti berharap dapat memperoleh gambaran yang luas dan benar terkait elemen-elemen yang berdampak pada perilaku tata kelola dana pengguna sarana finansial berbasis jaringan.

Dalam penerapannya, pendekatan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) terdiri atas dua unsur utama, yakni inner model dan outer model. Dilihat dari sisi bangunan, inner model yang sering disebut juga sebagai rancangan struktural menguraikan keterkaitan antara variabel tersembunyi serta menilai dampak sebab-akibat antara unsur pokok dalam studi. Sebaliknya, outer model atau rancangan pengukuran memiliki fungsi untuk menjelaskan keterhubungan antara variabel laten dengan penanda-penanda yang dipakai, baik bersifat reflective maupun formative. Langkah ini dilakukan guna menjamin bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mencerminkan variabel secara sah dan dapat dipercaya secara ilmiah.

Penilaian validitas pada outer model dilakukan melalui dua aspek, yaitu convergent validity dan discriminant validity. Nilai Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk menilai convergent validity, di mana nilai di atas 0,5 menunjukkan bahwa indikator dalam satu variabel mampu mengukur konsep yang sama secara konsisten. Sementara itu, discriminant validity diperlukan untuk memastikan bahwa satu variabel dapat dibedakan secara jelas dari variabel lainnya, yang biasanya diuji menggunakan pendekatan Fornell-Larcker Criterion atau analisis cross-loading. Untuk mengukur tingkat reliabilitas variabel, digunakan nilai composite reliability (CR), yang menunjukkan konsistensi internal antara item dalam variabel yang sama. Apabila nilai CR berada di atas 0,7, maka dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan secara konsisten mewakili variabel yang sedang diteliti.

Dalam tahap analisis inner model, kemampuan prediktif model dievaluasi melalui nilai R-square (R^2), yang menunjukkan sejauh mana variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Dari perspektif evaluasi prediktif, nilai Q-square (Q^2) digunakan untuk menilai seberapa relevan model dalam melakukan prediksi secara keseluruhan; jika Q^2 bernilai lebih dari nol, maka model dianggap memiliki kemampuan prediksi yang memadai. Untuk menguji hipotesis, peneliti menerapkan metode bootstrapping dengan jumlah resampling tertentu dan tingkat signifikansi sebesar 5% ($p\text{-value} \leq 0,05$). Prosedur ini bertujuan untuk memperoleh estimasi standard error, nilai t-statistic, dan p-value yang menjadi dasar dalam menilai signifikansi hubungan antarvariabel di dalam model. Hasil dari proses ini memberikan bukti empiris mengenai keberadaan pengaruh signifikan atau tidaknya dari



variabel independen, seperti financial literacy, financial attitude, dan hedonistic lifestyle terhadap financial management behavior dalam konteks model yang telah dibangun.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 130 orang yang merupakan mahasiswa aktif Program Studi S1 Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan memperhatikan kriteria tertentu. Merujuk pada Tabel 2 profil responden, berdasarkan sumber pendapatan, sebanyak 104 responden mendapatkan kebutuhan sehari-hari dari uang saku yang diberikan oleh orang tua. Sebanyak 19 responden memiliki penghasilan tambahan dari pekerjaan paruh waktu. Sebanyak 19 responden menyatakan memiliki sumber dana utama dari investasi atau tabungan pribadi, Sebanyak 1 responden menyatakan memiliki sumber dana utama dari investasi atau tabungan pribadi, dan sisanya 7 responden menyebutkan sumber pendapatan lain. Berdasarkan pengalaman penggunaan layanan PayLater, dari 130 responden yang terlibat, sebanyak 92 orang diketahui telah memanfaatkan layanan tersebut untuk berbagai kebutuhan transaksi, baik secara rutin maupun insidental.

Tabel 2. Profil Responden

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
Sumber Pendapatan:		
Uang saku dari orang tua/wali	103	79,23%
Pekerjaan paruh waktu	19	14,62%
Investasi atau tabungan pribadi	1	0,77%
Lainnya	7	5,38%
Total	130	100%
Pengguna Layanan Keuangan Digital PayLater:		
Iya	92	70,8%
Tidak	38	29,2%
Total	130	100%

3.2 Analisis Data

3.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Uraian mengenai pengujian outer model dalam kajian ini dipusatkan pada pengukuran keabsahan dan keandalan dari penanda yang diterapkan dalam menilai setiap dimensi laten. Dari perspektif pengolahan, prosedur ini dibutuhkan guna menjamin bahwa instrumen pengukur yang diterapkan benar-benar menggambarkan dimensi secara tepat dan berulang. Untuk menilai ketepatan instrumen pengukuran, digunakan dua pendekatan utama, yakni convergent validity dan discriminant validity. Convergent validity mengukur tingkat kekuatan hubungan antar indikator dalam sebuah variabel yang menggambarkan keseragaman internal saat menilai gagasan yang identik. Sebuah indikator dianggap tidak sah secara konvergen apabila nilai loading factor-nya berada di bawah 0,7 dan angka Average Variance Extracted (AVE) kurang dari 0,5. Sebaliknya, discriminant validity dimaksudkan untuk memastikan bahwa setiap variabel dalam model tidak serupa secara eksplisit satu sama lain. Salah satu teknik yang dipakai untuk menguji keabsahan diskriminan adalah Fornell-Larcker Criterion, yakni dengan menyamakan akar kuadrat dari AVE suatu dimensi dengan hubungan antara dimensi tersebut dan dimensi lain; akar kuadrat AVE sebaiknya melebihi nilai hubungannya. Di samping itu, discriminant validity juga dapat dibuktikan melalui telaah cross-loading, yang menunjukkan bahwa setiap penanda sepatutnya mempunyai hubungan paling tinggi terhadap dimensi asalnya dibandingkan dengan dimensi lainnya. Dalam menaksir keandalan alat ukur, digunakan metode internal consistency reliability yang meninjau tingkat keterpaduan antar penanda dalam suatu dimensi. Pada pendekatan PLS-SEM, keandalan ditentukan menggunakan dua ukuran pokok, yakni composite reliability (CR) dan Cronbach’s Alpha, dengan batas minimal CR di atas angka 0,7 sebagai penanda bahwa penanda-penanda dalam dimensi tersebut telah stabil secara internal.

3.2.1.1 Convergent Validity

Dalam studi ini, convergent validity dianalisis dengan cara menilai nilai outer loading dari setiap indikator atau variabel manifest dalam model. Outer loading merefleksikan seberapa besar kemampuan suatu indikator dalam menggambarkan variabel laten yang sedang diukur. Berdasarkan pandangan dari Hair et al. (2019), suatu indikator dikatakan memiliki validitas konvergen apabila nilai outer loading-nya melebihi angka 0,70, yang berarti lebih dari separuh varians indikator tersebut dapat dijelaskan oleh variabel terkait. Namun demikian, dalam situasi tertentu, indikator dengan nilai outer loading di kisaran 0,60 hingga 0,70 masih dapat diterima selama nilai composite reliability dan Average Variance Extracted (AVE) dari variabel tersebut tetap melampaui batas minimum yang telah direkomendasikan. Pendekatan ini memperhitungkan konteks penelitian serta kontribusi indikator terhadap validitas



keseluruhan dari model pengukuran. Sementara itu, hasil nilai outer loading dari seluruh indikator dalam studi ini telah dianalisis dan disajikan dalam tabel berikut guna menunjukkan sejauh mana masing-masing indikator memenuhi kriteria convergent validity yang telah ditentukan:

Tabel 3. Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading
Financial Literacy (X1)	FL1	0,898
	FL2	0,858
	FL3	0,896
	FL4	0,901
	FL5	0,856
Financial Attitude (X2)	FA1	0,837
	FA2	0,929
	FA3	0,910
	FA4	0,906
Hedonistic Lifestyle (X3)	HL1	0,963
	HL2	0,954
	HL3	0,958
	HL4	0,963
	HL5	0,964
	HL6	0,963
Financial Management Behavior (Y)	FMB1	0,875
	FMB2	0,880
	FMB3	0,920
	FMB4	0,890
	FMB5	0,891

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3, seluruh indikator menunjukkan nilai outer loading yang berada di atas angka 0,70. Selain itu, nilai Average Variance Extracted yang tercantum dalam Tabel 4 dan Composite Reliability pada Tabel 6 juga telah melampaui batas minimum yang ditetapkan, masing-masing lebih dari 0,50 dan 0,60. Oleh sebab itu, tidak terdapat indikator yang harus dikeluarkan dari model. Dengan demikian, semua indikator dianggap sah dan pantas untuk dijadikan dasar dalam tahapan analisis penelitian ini.

Penilaian terhadap convergent validity juga bisa dilakukan melalui pengamatan terhadap angka Average Variance Extracted (AVE) pada tingkat variabel. Suatu variabel dianggap memenuhi kriteria convergent validity apabila skor AVE-nya melebihi batas 0,50. Di bawah ini ditampilkan hasil perhitungan nilai AVE dari setiap dimensi serta variabel yang diterapkan dalam studi ini:

Tabel 4. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel Penelitian	Average Variance Extracted (AVE)
Financial Literacy (X1)	0,778
Financial Attitude (X2)	0,803
Hedonistic Lifestyle (X3)	0,923
Financial Management Behavior (Y)	0,795

Mengacu pada keluaran penelaahan yang ditampilkan dalam Tabel 4, semua dimensi dalam rancangan kajian memiliki angka Average Variance Extracted (AVE) melebihi 0,50. Angka AVE yang melampaui nilai ambang tersebut mengindikasikan bahwa lebih dari separuh penyebaran dari penanda-penanda dalam satu dimensi berhasil diterangkan oleh dimensi itu sendiri. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa tiap penanda memiliki keterkaitan yang erat dan stabil terhadap unsur laten yang direpresentasikannya.

3.2.1.2 Discriminant Validity

Dalam penelitian ini, discriminant validity dievaluasi menggunakan analisis cross loading. Tujuan dari tahapan ini adalah memastikan bahwa setiap indikator pada suatu variabel benar-benar unik serta tidak menunjukkan korelasi yang lebih tinggi terhadap variabel lain. Sebuah penanda dinilai memenuhi syarat discriminant validity apabila skor cross loading-nya terhadap dimensi asal (dimensi yang hendak diukur) lebih tinggi dibandingkan skor cross loading-nya terhadap dimensi lain dalam struktur. Hasil ini menunjukkan bahwa penanda tersebut secara eksplisit merepresentasikan dimensi yang dituju, bukan dimensi berbeda. Secara sederhana, nilai cross loading yang tinggi pada variabel asal dan rendah pada variabel lain menjadi indikator bahwa suatu item memiliki kemampuan pembedaan yang baik antar variabel. Pendekatan ini sangat berguna untuk mengidentifikasi kemungkinan adanya tumpang tindih dalam pengukuran antar variabel laten, yang berpotensi mengurangi akurasi model. Jika ditemukan indikator yang menunjukkan nilai cross loading lebih tinggi pada variabel lain daripada pada variabel asalnya, maka indikator tersebut perlu direvisi atau dihapus karena dapat mengganggu validitas dari keseluruhan model. Dalam konteks penelitian ini,



seluruh indikator yang digunakan telah dianalisis melalui nilai cross loading, dan hasil lengkap dari pengujian tersebut disajikan pada tabel berikut. Hasil ini menjadi dasar dalam menilai apakah masing-masing indikator telah menunjukkan diskriminasi yang memadai terhadap variabel yang diukur:

Tabel 5. Nilai Cross Loading

Indikator	FL (X1)	FA (X2)	HL (X3)	FMB (Y)
FL1	0,898	0,735	0,582	0,797
FL2	0,858	0,672	0,536	0,741
FL3	0,896	0,780	0,607	0,831
FL4	0,901	0,728	0,603	0,783
FL5	0,856	0,702	0,539	0,739
FA1	0,644	0,837	0,440	0,661
FA2	0,776	0,929	0,495	0,781
FA3	0,742	0,910	0,570	0,776
FA4	0,772	0,906	0,579	0,797
HL1	0,621	0,558	0,963	0,661
HL2	0,628	0,568	0,954	0,657
HL3	0,622	0,562	0,958	0,649
HL4	0,633	0,570	0,963	0,651
HL5	0,621	0,559	0,964	0,669
HL6	0,629	0,550	0,963	0,650
FMB1	0,799	0,746	0,620	0,875
FMB2	0,755	0,694	0,651	0,880
FMB3	0,805	0,773	0,612	0,920
FMB4	0,807	0,748	0,616	0,890
FMB5	0,769	0,798	0,547	0,891

Mengacu pada hasil pengamatan yang tercantum dalam Tabel 5, seluruh indikator dari variabel financial literacy (X1), financial attitude (X2), hedonistic lifestyle (X3), serta financial management behavior (Y) memperlihatkan nilai cross loading tertinggi terhadap variabel berbeda dibandingkan variabel asalnya dalam model. Hal tersebut menyiratkan bahwa tiap penanda lebih kuat merepresentasikan dimensi yang dimaksud daripada dimensi yang berbeda. Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa setiap dimensi dalam riset ini telah mencapai syarat discriminant validity secara optimal, serta tidak ditemukan indikasi duplikasi antara unsur laten dalam mekanisme pengukurannya. Pencapaian discriminant validity ini turut memperkuat keandalan model pengukuran secara keseluruhan dan menjadi landasan yang kuat untuk melanjutkan ke tahap analisis berikutnya, yaitu pengujian terhadap inner model atau model struktural.

Mengacu pada hasil pengamatan yang tercantum dalam Tabel 5, seluruh indikator dari variabel financial literacy (X1), financial attitude (X2), hedonistic lifestyle (X3), serta financial management behavior (Y) menunjukkan nilai cross-loading tertinggi pada variabel asalnya masing-masing, dibandingkan dengan variabel lainnya dalam model. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator lebih merepresentasikan variabel yang dimaksud daripada variabel lain yang berbeda. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria discriminant validity secara optimal. Kondisi ini memperkuat keandalan model pengukuran dan memberikan dasar untuk melanjutkan ke tahap pengujian inner model atau model struktural.

3.2.1.3 Internal Consistency Reliability

Berdasarkan Tabel 5, pengujian discriminant validity terhadap seluruh indikator pada variabel financial Tabel 5 menunjukkan bahwa hasil pengujian discriminant validity untuk semua indikator pada variabel financial literacy (X1), financial attitude (X2), hedonistic lifestyle (X3), dan financial management behavior (Y) memenuhi persyaratan validitas diskrimina:

Tabel 6. Nilai Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach’s Alpha	Composite Reliability (rho a)	Composite Reliability (rho c)
Financial Literacy (X1)	0,929	0,930	0,946
Financial Attitude (X2)	0,918	0,924	0,942
Hedonistic Lifestyle (Y)	0,983	0,983	0,986
Financial Management Behavior (Y)	0,935	0,936	0,951

Merujuk pada Tabel 6, seluruh skor Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability terletak di atas angka 0,60. Temuan tersebut mengisyaratkan bahwa alat penilaian pada tiap variabel telah mencapai batas keandalan. Oleh karena itu, informasi yang dikumpulkan layak dimanfaatkan dalam pengujian selanjutnya.



3.2.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi terhadap inner model dilakukan untuk mengkaji hubungan antar variabel yang tersusun dalam struktur inner model. Dari sudut pandang analitis, proses evaluasi ini melibatkan beberapa tahap pengujian, seperti analisis path coefficients, coefficient of determination, effect size, serta cross validated redundancy.

3.2.1 Path Coefficients

Pengkajian terhadap koefisien jalur dilaksanakan guna memahami orientasi dampak dari faktor independen terhadap faktor dependen. Skala dari koefisien jalur berkisar antara minus satu sampai plus satu, di mana angka minus menunjukkan relasi yang saling berlawanan, sementara angka plus memperlihatkan kaitan yang searah. Hasil dari perhitungan path coefficients dapat ditampilkan dalam bentuk berikut:

Tabel 7. Nilai Path Coefficients

Pengaruh	Path Coefficients
Financial Literacy → Financial Management Behavior	0,501
Financial Attitude → Financial Management Behavior	0,340
Hedonistic Lifestyle → Financial Management Behavior	0,158

Data hasil analisis yang tersaji pada Tabel 7 memperlihatkan bahwa seluruh angka path coefficient antar unsur dalam rancangan struktural mencerminkan nilai negatif dan berada di bawah nol. Temuan tersebut menunjukkan terdapat relasi yang berlawanan antara unsur terikat financial management behavior (Y) terhadap unsur bebas financial literacy (X1), financial attitude (X2), serta hedonistic lifestyle (X3). Artinya, setiap kenaikan pada salah satu variabel bebas cenderung disertai dengan peningkatan pada perilaku dalam mengelola keuangan. Seseorang dengan tingkat pemahaman finansial yang lebih baik maupun sikap keuangan yang positif umumnya menunjukkan kemampuan yang lebih tinggi dalam pengelolaan keuangan. Demikian pula kecenderungan gaya hidup hedonistik yang meningkat juga menunjukkan hubungan searah terhadap perilaku keuangan, meskipun arah pengaruh positif tersebut perlu dilihat lebih lanjut dari sisi signifikansinya. Nilai path coefficients ini menjadi dasar awal dalam menilai arah dan kekuatan pengaruh antar variabel sebelum dilanjutkan dengan pengujian signifikansi statistik melalui nilai t-statistics dan p-values pada tahap selanjutnya. Hasil ini memberikan indikasi awal bahwa seluruh variabel bebas memiliki kontribusi terhadap perubahan pada variabel terikat dalam model penelitian yang telah dibangun.

Data hasil analisis yang tersaji pada Tabel 7 memperlihatkan bahwa seluruh nilai path coefficient antar variabel dalam rancangan struktural menunjukkan pengaruh signifikan yang dapat diukur secara statistik. Temuan ini mengindikasikan adanya pengaruh antara variabel bebas financial literacy (X1), financial attitude (X2), dan hedonistic lifestyle (X3) terhadap variabel terikat financial management behavior (Y).

3.2.2 Coefficients of Determination (R^2)

R-square (R^2) atau koefisien determinasi merupakan salah satu indikator utama dalam mengevaluasi inner model yang bertujuan untuk menilai seberapa dekat unsur dependen mampu menyangkal penyimpangan dari unsur independen dalam sebuah kerangka. Dari perspektif non-prediktif, skor R^2 terletak pada rentang antara 1 sampai 0; semakin jauh dari bilangan 1, maka semakin rendah kecakapan kerangka dalam menolak unsur bebas. Oleh karena itu, R^2 mengungkap sebagian kecil penyebaran dari unsur independen yang gagal diterangkan oleh kombinasi unsur-unsur dependen pada struktur analisis.

Berdasarkan pandangan dari Hair et al. (2019), angka R-square (R^2) bisa dikelompokkan dalam tiga level, yakni rendah ($\leq 0,25$), lemah ($\leq 0,50$), dan tinggi ($\leq 0,75$). Dari sisi penilaian struktur, pembagian ini menjadi pedoman bagi pengamat untuk mempertimbangkan seberapa lemah model yang belum dirancang. Pada kajian ini, pengabaian terhadap angka R^2 memiliki fungsi tidak penting guna mengabaikan batas kecil pengaruh tidak langsung dari financial literacy (X1), financial attitude (X2), dan hedonistic lifestyle (X3) terhadap financial management behavior (Y). Temuan evaluasi R^2 memberikan gambaran tentang seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan perilaku pengelolaan keuangan pada pengguna layanan PayLater. Hasil perhitungan nilai R^2 untuk variabel dependen dalam studi ini ditampilkan pada tabel berikut sebagai dasar evaluasi terhadap kekuatan model prediktif yang diusulkan:

Tabel 8. Nilai Coefficients of Determination

Variabel	R^2
Financial Management Behavior (Y)	0,838

Hasil analisis pada Tabel 8, menunjukkan bahwa financial literacy (X1), financial attitude (X2), dan hedonistic lifestyle (X3) mampu memprediksi financial management behavior (Y) dengan akurasi tinggi, ditunjukkan oleh nilai $R^2 \geq 0,75$. Lebih spesifik, ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan 83,8% keakuratan variabel dependen.

3.2.3 Effect Size (f^2)

Uji effect size atau f-square (f^2) digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Dari sudut pandang analisis, pengujian ini dilakukan



dengan melihat perubahan nilai R-square (R^2) apabila salah satu variabel independen dikeluarkan dari model. Dengan demikian, f^2 mengukur seberapa besar pengaruh relatif dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Nilai f^2 memberikan informasi tambahan yang berfungsi untuk memahami kekuatan prediktif tiap variabel secara lebih rinci, sehingga penilaian tidak hanya mengandalkan nilai R^2 secara keseluruhan.

Mengacu pada panduan dari Hair et al. (2019), nilai f-square (f^2) diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu pengaruh rendah ($\geq 0,02$), pengaruh sedang ($\geq 0,15$), dan pengaruh tinggi ($\geq 0,35$). Apabila nilai f^2 berada di bawah 0,02, maka kontribusi variabel terhadap model dianggap sangat kecil dan tidak signifikan. Sebaliknya, semakin tinggi nilai f^2 , semakin besar pula peran variabel tersebut dalam menjelaskan varians pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis f^2 diterapkan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu financial literacy (X1), financial attitude (X2), dan hedonistic lifestyle (X3), terhadap financial management behavior (Y). Hasil perhitungan nilai f^2 ditampilkan dalam tabel berikut dan digunakan sebagai dasar untuk menilai kekuatan kontribusi setiap variabel secara individual terhadap perilaku pengelolaan keuangan dalam konteks penggunaan layanan PayLater:

Tabel 9. Nilai Effect Size

Variabel	Effect Size (f^2)
Financial Literacy → Financial Management Behavior	0,435
Financial Attitude → Financial Management Behavior	0,229
Hedonistic Lifestyle → Financial Management Behavior	0,088

Berdasarkan hasil analisis effect size yang disajikan dalam Tabel 9, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independent memberikan pengaruh yang bervariasi terhadap financial management behavior (Y). Financial literacy (X1) menunjukkan pengaruh paling tinggi dengan $f^2 \geq 0,35$, mengindikasikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan perubahan financial management behavior (Y). Financial attitude (X2) memberikan pengaruh sedang dengan nilai $f^2 \geq 0,15$, sementara hedonistic lifestyle (X3) memiliki pengaruh yang relative rendah dengan nilai $f^2 \geq 0,02$ terhadap financial management behavior (Y).

3.2.4 Cross-Validated Redundancy (Q^2)

Pengujian cross-validated redundancy dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana model struktural memiliki predictive relevance atau relevansi prediktif terhadap variabel dependen. Penilaian ini dilakukan dengan mengacu pada nilai Q^2 (Q-square) yang diperoleh melalui teknik blindfolding dalam analisis PLS-SEM. Dari sisi prediksi, nilai Q^2 mencerminkan sejauh mana data observasi dapat direvariabelsi oleh model beserta parameter estimasinya. Semakin tinggi nilai Q^2 , maka semakin kuat pula kemampuan model dalam memprediksi variabel laten endogen.

Menurut pendapat Hair et al. (2019), ukuran utama dalam menilai predictive relevance adalah bahwa nilai Q^2 harus lebih besar dari nol ($Q^2 > 0$). Apabila Q^2 berada di atas nol, hal ini menandakan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang memadai, artinya model dapat menjelaskan data secara tepat dan tidak bersifat acak. Sebaliknya, apabila nilai Q^2 sama dengan atau kurang dari nol, maka model dianggap tidak memiliki kemampuan prediksi yang cukup terhadap variabel dependen.

Pengujian terhadap nilai Q^2 difokuskan pada variabel dependen financial management behavior (Y) untuk menilai seberapa besar model yang melibatkan financial literacy (X1), financial attitude (X2), dan hedonistic lifestyle (X3) mampu memprediksi perilaku dalam pengelolaan keuangan. Adapun hasil perhitungan nilai Q^2 dari pengujian ini disajikan dalam tabel berikut, yang menjadi dasar menilai kekuatan relevansi prediktif dari model keseluruhan:

Tabel 10. Nilai Cross-Validated Redundancy

Variabel Dependen	Cross-validated Redundancy (Q^2)
Financial Management Behavior (Y)	0,645

Mengacu pada hasil pengolahan data yang tercantum dalam Tabel 10, variabel dependen financial management behavior (Y) memiliki nilai Q^2 sebesar 0,645 (≥ 0). Dari sudut pandang prediktif, angka ini mengindikasikan bahwa financial literacy (X1), financial attitude (X2), dan hedonistic lifestyle (X3) mampu memberikan kontribusi yang berarti dalam memprediksi financial management behavior (Y).

3.2.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan statistik inferensial melalui metode bootstrapping dalam teknik PLS-SEM. Dari sisi analisis, langkah ini bertujuan untuk menilai tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Nilai t-statistic (t-hitung) dibandingkan dengan angka pada t-table sebesar 1,96 pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) sebagai dasar evaluasi. Apabila nilai t-hitung melebihi angka tersebut, maka hipotesis dianggap signifikan secara statistik. Selain itu, interpretasi juga didasarkan pada nilai P-value, di mana hubungan antar variabel dikategorikan signifikan jika $P \leq 0,05$.

Dengan berpedoman pada dua indikator utama, yaitu t-statistic yang lebih dari 1,96 dan P-value yang kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam model memiliki pengaruh yang signifikan terhadap



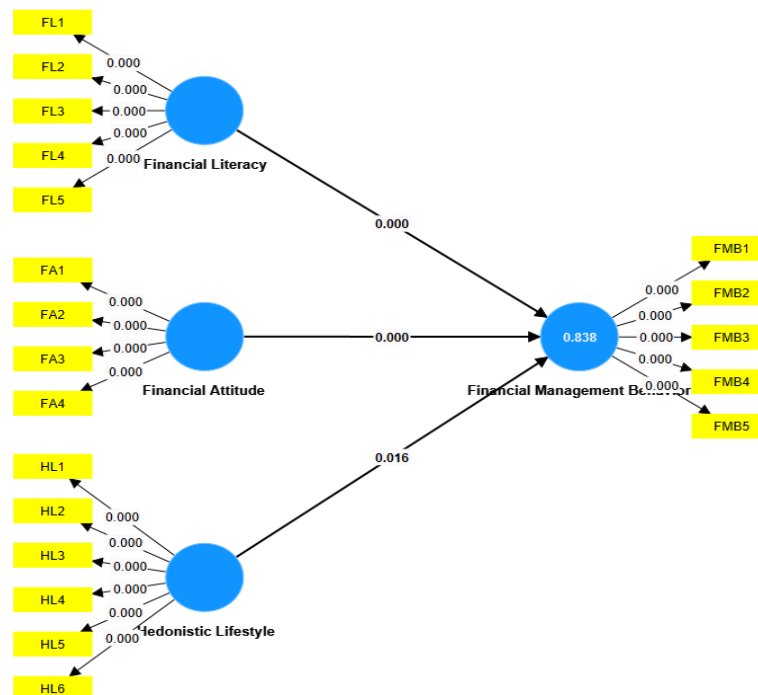
variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, pengujian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh financial literacy (X1), financial attitude (X2), dan hedonistic lifestyle (X3) terhadap financial management behavior (Y) pada pengguna layanan PayLater. Hasil pengujian hipotesis memberikan bukti empiris mengenai arah dan kekuatan hubungan antarvariabel, yang menjadi dasar dalam menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian.

Sementara itu, rincian hasil pengujian untuk masing-masing hipotesis disajikan secara lengkap dalam tabel berikut, yang mencantumkan nilai path coefficient, t-statistic, dan P-value dari setiap jalur hubungan antarvariabel dalam model yang digunakan.

Tabel 11. Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-statistics (O/STDEV)	P values
Financial Literacy → Financial Management Behavior	0,501	0,494	0,091	5,477	0,000
Financial Attitude → Financial Management Behavior	0,340	0,355	0,086	3,962	0,000
Hedonistic Lifestyle → Financial Management Behavior	0,158	0,149	0,066	2,400	0,016

Gambar 3 merupakan hasil pengujian dalam penelitian ini. Variabel financial literacy, financial attitude, dan hedonistic lifestyle berperan sebagai variabel independen, sedangkan financial management behavior merupakan variabel dependen. Variabel financial literacy diukur menggunakan 5 indikator, financial attitude dengan 4 indikator, hedonistic lifestyle dengan 6 indikator, dan financial management behavior dengan 5 indikator.



Gambar 3. Output PLS Bootstrapping

Berdasarkan Tabel 11, semua hipotesis dalam penelitian ini diterima. Selanjutnya, hasil pengujian tiap hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

- H₁: Penelitian ini menunjukkan bahwa financial literacy (X1) berpengaruh signifikan terhadap financial management behavior (Y) pada mahasiswa Program Studi Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur yang menggunakan layanan PayLater. Dari hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,501, nilai T-statistic sebesar 5,477 yang melebihi nilai kritis 1,96, serta P-value sebesar 0,000 yang berada di bawah ambang signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dapat dibuktikan dan dinyatakan diterima.
- H₂: Financial attitude (X2) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap financial management behavior (Y) pada mahasiswa Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur yang menggunakan layanan PayLater. Dari sudut hasil pengujian hipotesis, ditemukan bahwa nilai koefisien sebesar 0,340, dengan nilai T-statistic mencapai 3,962 yang melampaui batas minimum 1,96, serta P-value sebesar 0,000 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) dapat dianggap valid dan diterima..



3. H₃: Hedonistic lifestyle (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap financial management behavior (Y) pada mahasiswa Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur yang memanfaatkan layanan PayLater. Dari sisi hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,158 dengan T-statistic sebesar 2,400 yang melebihi ambang batas 1,96, serta P-value sebesar 0,016 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dapat dinyatakan diterima.

3.3 Pembahasan

3.3.1 Pengaruh Financial Literacy Terhadap Financial Management Behavior Pengguna PayLater

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa financial literacy memainkan peran krusial dalam memengaruhi financial management behavior pada pengguna layanan PayLater. Artinya, semakin tinggi tingkat pemahaman individu terhadap aspek-aspek keuangan, maka semakin efektif pula kemampuan mereka dalam mengelola keuangan secara bijak, bahkan ketika menggunakan instrumen keuangan modern seperti PayLater yang memungkinkan konsumsi berbasis penundaan pembayaran. Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), literasi keuangan menjadi elemen penting yang membentuk behavioral beliefs individu, yang pada gilirannya memengaruhi attitude toward behavior dan niat untuk melakukan tindakan finansial tertentu. Pemahaman serta kemampuan dalam mengatur keuangan memberikan dasar kognitif yang kokoh bagi seseorang untuk menilai dampak jangka pendek maupun jangka panjang dari keputusan finansial yang diambil.

Individu yang memiliki literasi keuangan tinggi umumnya lebih sadar akan potensi risiko yang mungkin timbul dari penggunaan layanan PayLater, seperti suku bunga yang besar, denda keterlambatan, ataupun kecenderungan menimbun utang untuk konsumsi. Mereka juga lebih mampu menyusun perencanaan anggaran, mengontrol arus kas, dan menetapkan prioritas pengeluaran, sehingga perilaku keuangan yang mereka tunjukkan cenderung lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Angelista et al. (2024) serta Pratiwi & Ni'am (2023), yang keduanya menegaskan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku finansial yang sehat. Kedua penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pemahaman yang cukup mengenai konsep-konsep dasar keuangan, seperti perencanaan anggaran, menabung, berinvestasi, dan mengelola utang, secara nyata mendorong peningkatan kesadaran individu akan pentingnya membuat keputusan keuangan yang logis dan berdasarkan informasi. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan di kalangan pengguna layanan keuangan digital menjadi strategi penting dalam membangun ketahanan finansial individu di tengah kemudahan akses konsumtif yang ditawarkan oleh teknologi.

3.3.2 Pengaruh Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior Pengguna PayLater

Financial attitude atau sikap keuangan terbukti turut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap financial management behavior atau perilaku pengelolaan keuangan pada individu yang memanfaatkan layanan PayLater. Dari sisi pengguna, sikap terhadap keuangan menjadi faktor penting yang memengaruhi cara seseorang mengatur keuangannya saat menggunakan fasilitas tersebut. Sikap keuangan mencerminkan pola pikir, perasaan, dan kecenderungan perilaku individu dalam merespons situasi keuangan, seperti keputusan pengeluaran, menabung, atau mengelola utang. Ketika seseorang memiliki sikap positif terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab, maka hal tersebut akan tercermin dalam perilaku aktualnya, termasuk dalam memanfaatkan fasilitas pembayaran tunda seperti PayLater. Individu dengan sikap keuangan yang sehat umumnya lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan konsumsi, cenderung menghindari pemborosan, serta lebih mempertimbangkan aspek kebutuhan daripada keinginan sesaat. Sikap seseorang terhadap uang menggambarkan cara mereka memandang serta mengutamakan pengeluaran, menabung, dan merencanakan keuangan untuk jangka panjang. Dalam teori Theory of Planned Behavior (TPB), sikap termasuk komponen kognitif yang berperan dalam pembentukan niat dan perilaku nyata seseorang. Individu dengan sikap keuangan yang positif biasanya lebih teliti dalam mengelola pengeluaran, memiliki kontrol keuangan yang efektif, serta mempertimbangkan baik keuntungan maupun risiko saat menggunakan layanan PayLater. Hasil ini memperkuat temuan dari penelitian Sari et al. (2023) dan Liestiyanti & Andarini (2024), yang menunjukkan bahwa sikap terhadap uang sangat berpengaruh dalam menentukan sejauh mana individu mampu merencanakan, mengelola, serta mengevaluasi kondisi keuangannya. Dengan demikian, sikap keuangan yang positif tidak hanya mencerminkan kesadaran finansial, tetapi juga mendorong perilaku keuangan yang lebih disiplin dan terstruktur.

3.3.3 Pengaruh Hedonistic Lifestyle Terhadap Financial Management Behavior Pengguna PayLater

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa hedonistic lifestyle atau gaya hidup hedonistik memiliki pengaruh signifikan terhadap financial management behavior, namun arah hubungan tersebut bersifat negatif. Dari sudut pandang perilaku keuangan, semakin tinggi kecenderungan individu dalam mengejar kesenangan sesaat dan melakukan konsumsi secara impulsif, maka semakin rendah pula kemampuannya dalam mengelola keuangan secara bijaksana. Dalam konteks penggunaan layanan PayLater, gaya hidup hedonistik mendorong individu untuk memanfaatkan fasilitas pembayaran tunda sebagai sarana untuk memenuhi keinginan tanpa perencanaan matang, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan perilaku keuangan yang tidak sehat, seperti menumpuk utang atau mengabaikan kewajiban finansial.



Fenomena ini dapat dijelaskan melalui kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), di mana gaya hidup hedonistik dapat melemahkan komponen perceived behavioral control dan bahkan memengaruhi sikap (attitude) secara negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Individu dengan gaya hidup hedonistik cenderung kurang memperhatikan konsekuensi jangka panjang dari keputusan keuangannya, serta memiliki kecenderungan untuk mengambil keputusan berbasis dorongan emosional atau sosial, bukan pada perhitungan rasional. Hal ini berbanding terbalik dengan prinsip pengelolaan keuangan yang sehat yang menuntut disiplin, pengendalian diri, dan perencanaan.

Gaya hidup hedonistik ditandai dengan dorongan untuk mendapatkan kesenangan instan dan kepuasan jangka pendek, sehingga sering kali mendorong individu untuk melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan kondisi finansialnya. Dalam kerangka TPB, gaya hidup semacam ini dapat melemahkan kontrol diri dan memperbesar gap antara niat dan tindakan yang rasional. Individu yang memiliki kecenderungan hedonistik lebih mudah tergoda oleh promosi PayLater dan kemungkinan besar kurang memperhitungkan dampak jangka panjangnya terhadap stabilitas finansial. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hendriansyah et al. (2023) dan Angelista et al. (2024) yang menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif memiliki dampak negatif terhadap kemampuan mengelola keuangan. Namun, hasil ini berbeda dengan temuan Feralda et al. (2023), yang melaporkan bahwa hedonistic lifestyle tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap financial behavior. Perbedaan tersebut kemungkinan disebabkan oleh variasi dalam latar belakang demografis dan kondisi sosial ekonomi para responden pada masing-masing studi.

Hasil ini didukung oleh temuan dari penelitian Wiranti et al. (2023) serta Hendriansyah et al. (2023), yang sama-sama menunjukkan bahwa meningkatnya intensitas gaya hidup konsumtif dan hedonistik berpengaruh negatif terhadap perilaku finansial seseorang. Kedua studi tersebut menekankan bahwa gaya hidup yang menitikberatkan pada kenikmatan jangka pendek kerap menjadi kendala dalam menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi pengguna layanan keuangan digital seperti PayLater untuk memiliki kesadaran yang lebih tinggi dalam mengelola gaya hidup agar tidak terjebak dalam perilaku konsumsi berlebihan yang berujung pada ketidakstabilan finansial.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa hedonistic lifestyle atau gaya hidup hedonistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap financial management behavior. Artinya, semakin tinggi kecenderungan responden terhadap gaya hidup hedonistik, tetapi dampaknya dapat ditekan apabila individu memiliki pengetahuan dan pengelolaan keuangan yang memadai. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Pratiwi & Ni'am (2023), yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa jika mahasiswa mampu mengatur gaya hidupnya dengan tepat, maka pengelolaan keuangannya juga akan meningkat. Artinya, bukan gaya hidup hedonistik itu sendiri yang menjadi masalah, melainkan bagaimana individu mengelola gaya hidupnya dengan sadar dan terarah. Penelitian Hidayah & Novianti (2023) juga menemukan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hasil penelitian tersebut menekankan bahwa pola hidup yang baik memungkinkan seseorang membelanjakan uang secara bijak dan sesuai kebutuhan. Dengan demikian, gaya hidup tidak selalu identik dengan pemborosan, terutama bila diiringi dengan kesadaran finansial yang baik. Dalam konteks penelitian ini, hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa individu yang bergaya hidup hedonistik tetapi memiliki akses informasi yang memadai, pemahaman finansial dasar, dan kemampuan merencanakan keuangannya, tetap mampu menunjukkan perilaku keuangan yang sehat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa financial literacy, financial attitude, dan hedonistic lifestyle secara signifikan berpengaruh terhadap financial management behavior pada pengguna layanan PayLater. Pertama, financial literacy berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab. Individu dengan pemahaman yang baik mengenai konsep keuangan cenderung lebih cermat dalam mengambil keputusan finansial, menyusun anggaran, serta menghindari risiko penggunaan layanan PayLater secara berlebihan. Literasi ini memperkuat dasar kognitif individu dalam mengevaluasi dampak jangka pendek dan jangka panjang dari keputusan finansial. Kedua, financial attitude yang positif juga terbukti mendorong perilaku pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur dan disiplin. Individu dengan sikap yang sehat terhadap uang cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola pengeluaran dan lebih mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan, termasuk saat menggunakan layanan keuangan berbasis digital seperti PayLater. Ketiga, meskipun hedonistic lifestyle umumnya diasosiasikan dengan perilaku konsumtif, penelitian ini menemukan bahwa gaya hidup tersebut tetap dapat selaras dengan manajemen keuangan yang baik, asalkan individu memiliki kesadaran finansial dan kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup bukanlah satu-satunya faktor penentu, tetapi bagaimana gaya hidup tersebut dikendalikan melalui pengetahuan dan pengelolaan keuangan yang tepat. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada metode pengumpulan data secara online yang bergantung pada partisipasi responden, penggunaan kuesioner self-report yang rentan bias, serta cakupan responden yang terbatas pada mahasiswa Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur, sehingga membatasi generalisasi hasil.

REFERENCES

- Abadi, A. F. P., Utomo, S. W., & Yusdita, E. E. (2020). Studi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.4625>
- Amarta, P. C., & Nisa, F. L. (2024). Pandangan Proses Transaksi PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif



- Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 152–162.
- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee PayLater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 696–705. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197>
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Azmi, Z., & Puspita, S. (2024). Using the Theory of Planned Behavior in Accounting Research: A Bibliometric Review. *Jurnal Al Iqtishad*, 20(1), 97–113.
- Elviani, R. A., & Iramani, R. (2023). The Effect of Literation, Attitude and Financial Risk Tolerance, Personality on Financial Management in PayLater Using Communities. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 4713–4723.
- Feralda, M., Hafidzi, A. H., & Samsuryaningrum, I. P. (2023). The Influence of Financial Attitude, Self Control, and Hedonism Style on Financial Management Behavior of Student Shopee PayLater Users in Jember District. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 6(2), 1169–1182. <https://doi.org/10.33258/birci.v6i2.7606>
- Hendriansyah, M. R., Ramadhan, R. R., & Binangkit, I. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Lifestyle Hedonisme Terhadap Perilaku Keuangan Masa Depan Karyawan Swasta PT Lutvindo Wijaya Perkasa. *SNEBA (Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi)*, 3, 476–487.
- Hidayah, N., & Novianti, N. C. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, dan Uang Saku Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 28(3), 361–372. <https://doi.org/10.35760/eb.2023.v28i3.7963>
- Hidayat, A. S., & Paramita, R. S. (2022). The Analysis of Financial Literacy, Financial Attitude and Locus of Control Toward Financial Behavior on UNESA's Economic and Business Students. *Accounting and Finance Studies*, 2(3), 157–176. <https://doi.org/10.47153/afs23.4392022>
- Liestiyanti, P. D., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Financial Attitude dan Self Control Terhadap Financial Management Behavior dalam Penggunaan Layanan Pay Later: Studi Pengguna Kredivo di Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4779–4797. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2075>
- Mandagie, Y. R. O., Febrianti, M., & Fujianti, L. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Pancasila). *RELEVAN: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(1), 35–47. <https://doi.org/10.35814/relevan.v1i1.1814>
- Mega, W. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, Financial Self-Efficacy, Dan Love of Money Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(01), 97–108.
- Mustika, Yusuf, N., & Taruh, V. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kemampuan Akademik Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 82–96. <https://doi.org/10.1515/9783110564921-019>
- Pratiwi, D. M., & Ni'am, Z. B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Shopee PayLater terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 352–363.
- Primadineska, R. W., & Prasetyo, T. U. (2024). Peran Financial Management Dalam Upaya Membentuk Financial Sustainability pada Generasi Z dan Milenial Pendahuluan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh perilaku konsumtif dan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 27(2).
- Rachman, E. A. A., & Dewi, A. S. (2024). The Effect of Increasing Generation Z Debt Seen from Financial Attitudes, Financial Literacy, Locus of Control on Financial Management Behavior: In the City of Bandung. *JAF (Journal of Accounting and Finance)*, 8(2), 103–116.
- Razaq, N. M., Rosydianah, A. F., Ratnawati, T., & Hwihanus. (2024). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Dan Locus of Control Terhadap Financial Management Behavior Pada Generasi Z. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(1), 138–152. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/7577%0Ahttps://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/7577/6087>
- Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Mental Accounting dan Locus of Control Terhadap Pengelolaan Keuangan Gen-Z. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 8(1), 52–66.
- Rumbik, F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi Uncovering Generation Z's Consumptive Behavior in Using Digital Payment and Financial Literacy Based o. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163–171. <https://doi.org/10.26740/akunesa>
- Sari, I. Y., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2023). Pengaruh Sikap Keuangan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan dalam Pengguna Layanan Shopee PayLater. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(10). <https://doi.org/10.8734/musyari.v1i10.676>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA.
- Trixsiana, A., & Lestari, W. (2024). The Impact of Financial Literacy, Pocket Money, Financial Education in The Family and Hedonis Lifestyle on Students Financial Behavior. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 64–79.
- Wiranti, Y., Goso, G., & Halim, M. (2023). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, and Social Environment on Student Financial Behavior. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(4), 898–909. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i4.751>