

Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy*, *Self Control*, *Peers Influence*, *Emotional Intelligence* dan *Income* terhadap *Financial Management Behavior* Generasi Milenial Pengguna *Paylater* di Kabupaten Lamongan

Juninda Lifti Mardiana

Universitas Negeri Surabaya

Email korespondensi: junindalifti.20019@mhs.unesa.ac.id

Abstract

The rapid growth of Buy Now Pay Later (BNPL) services among the millennial generation has posed challenges to financial management, emphasizing the importance of understanding the factors that influence financial management behavior. This study aims to examine the effects of financial literacy, financial self-efficacy, self-control, peer influence, emotional intelligence, and income on financial management behavior. The object of this study was the millennial generation using paylater services in Lamongan Regency, with a total sample of 180 respondents. The respondents were selected using purposive sampling combined with snowball sampling. Data were collected through an online questionnaire distributed via Google Forms. This study employed a quantitative approach with a causal research design, and the data were analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS version 25. The results indicate that financial literacy, financial self-efficacy, and emotional intelligence have positive and significant effects on financial management behavior. In contrast, self-control, peer influence, and income have no significant effect on financial management behavior. These findings imply that improving financial literacy, financial self-efficacy, and emotional intelligence may encourage more responsible financial management among millennial paylater users. This study is limited to millennial paylater users in Lamongan Regency. Therefore, future research is recommended to involve broader populations and examine additional variables that may influence financial management behavior.

Keywords: *financial management behavior; financial literacy; peers influence; emotional intelligence; paylater*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan *financial technology* telah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan, salah satunya melalui layanan *Buy Now Pay Later (Paylater)*. Layanan ini semakin diminati karena menawarkan kemudahan, fleksibilitas pembayaran, dan akses kredit yang cepat dalam transaksi belanja daring (Ani *et al.*, 2023). Data *We Are Social* dan Meltwater (2024) menunjukkan bahwa 38,7% masyarakat Indonesia telah menggunakan layanan *paylater*, sedangkan berdasarkan data Sistem Layanan Informasi Keuangan (OJK, 2025), masyarakat yang menggunakan pembiayaan *paylater* tercatat tumbuh 47,11 persen secara tahunan meningkat dari sebelumnya 39,28 persen pada Maret 2025. Penggunaan layanan *paylater* ini semakin tinggi, terutama pada segmen usia produktif atau generasi muda (OJK, 2025).

Generasi milenial sebagai pelaku dalam budaya digital, bergerak lebih cepat dalam penggunaan teknologi dan internet termasuk dalam kegiatan konsumtif (Sampoerno & Haryono, 2021). Generasi milenial merupakan kelompok pengguna dominan layanan *paylater* karena cenderung melek teknologi, namun mereka masih belum memahami tentang literasi keuangan serta kesadaran pengelolaan keuangan yang dapat berakibat pada peningkatan probabilitas perilaku konsumtif dan keputusan keuangan yang impulsif (Lathiifah & Kautsar, 2022). Kredivo dan Katadata Insight Center (2025) melaporkan bahwa pengguna *paylater* didominasi oleh generasi milenial (43,9%) dan generasi Z (26,5%). Di sisi lain, OJK (2024) menunjukkan bahwa kelompok usia 19-34 tahun, yang mencakup Generasi Z dan milenial berkontribusi sebesar 37,17% terhadap kredit macet hingga akhir Juli 2024. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok ini cenderung mengalami kesulitan dalam mengelola utang, termasuk dalam penggunaan fasilitas kredit.

Kemudahan yang ditawarkan layanan *paylater* berpotensi menimbulkan permasalahan jika tidak disesuaikan dengan perilaku manajemen keuangan yang baik. Penggunaan layanan *paylater* yang terlalu mudah dapat meningkatkan risiko pemborosan dan penumpukan utang, sehingga berpotensi merusak reputasi kredit dan menghambat proses pengajuan kredit di masa depan (Ada *et al*, 2023). Jika terjadi kegagalan dalam membayar tagihan *paylater* maka dapat menyebabkan skor kredit di Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menurun sehingga dapat menyulitkan akses pengambilan kredit di masa depan (Katadata.co.id, 2025). Oleh karena itu, diperlukan perilaku pengelolaan keuangan yang baik dalam mengantisipasi dampak negatif yang akan timbul dari penggunaan *paylater*.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *self control*, *peers influence*, *emotional intelligence* dan *income*. Lokasi penelitian yaitu di Kabupaten Lamongan karena diharapkan dapat mempresentasikan wilayah semi-perkotaan yang sedang mengalami perkembangan dalam hal digitalisasi keuangan, namun belum banyak mendapat sorotan dalam penelitian perilaku pengelolaan keuangan terutama dalam penggunaan *paylater*, sehingga membuat peneliti ingin membahas lebih mendalam terkait fenomena ini. Menurut Ida *et al*. (2020) perilaku keuangan generasi milenial menarik untuk dikaji agar tidak terjebak dalam kesulitan keuangan. Penelitian sebelumnya telah membahas variabel *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *self control* dan *income*. Namun, variabel *peers influence* dan *emotional intelligence* masih jarang dijadikan fokus utama. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menambahkan kedua variabel tersebut untuk merepresentasikan pengaruh faktor sosial dan pengelolaan emosi terhadap *financial management behavior*.

Teori Perencanaan Perilaku (*Theory of Planned Behavior*)

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari keinginan pribadi tanpa tuntutan dari pihak lain, dengan mempertimbangkan secara logis konsekuensi dari tindakannya terhadap perilaku tersebut (Lathiifah & Kautsar, 2022). Menurut Ajzen (1991), terdapat tiga faktor yang memengaruhi individu dalam berperilaku antara lain sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioural control*). Pada tahun 2005 *Theory of*

Planned Behavior mengalami pengembangan terkait faktor yang melatarbelakangi individu dalam berperilaku yaitu faktor personal, faktor sosial, dan faktor informasi. Menurut Ajzen (2005), (1) faktor personal meliputi cara bersikap, emosi, kecerdasan, kepribadian dan nilai hidup; (2) Faktor sosial meliputi usia, suku, gender, pendidikan, etnis, agama dan penghasilan seseorang; (3) Faktor informasi meliputi media, pengalaman, dan keterampilan, serta wawasan atau pengetahuan.

Social Cognitive Theory

Social cognitive theory adalah teori yang dikembangkan oleh Albert Bandura yang menekankan bahwa perilaku manusia dipelajari melalui pengamatan, peniruan, pemodelan serta dipengaruhi oleh interaksi antara faktor personal, lingkungan sosial, dan perilaku sebelumnya (Bandura, 1986). *Social cognitive theory* berdasarkan atas pernyataan kognitif ataupun proses sosial merupakan pemahaman motivasi dan emosi, juga pemahaman akan perilaku manusia (Bandura, 1977). Dalam perspektif kognitif sosial, individu lebih mampu berperilaku pro aktif dan dapat mengatur diri sendiri daripada bertindak dikendalikan oleh kekuatan eksternal atau lingkungan luar yang mengendalikan (Asandimitra & Kautsar, 2019). *Social cognitive theory* berperan penting dalam penguatan diri seseorang, sikap seseorang tidak semata-mata dibentuk melalui penyesuaian terhadap kebiasaan sosial, tetapi juga dipengaruhi oleh motivasi internal dan standar pribadi, serta respon terhadap pengenalan diri (Nisa & Haryono, 2022).

Financial Management Behavior

Financial management behavior atau perilaku pengelolaan keuangan adalah kecakapan individu untuk mengelola keuangan sehari-hari meliputi perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, mengontrol, pencarian dan penyimpanan uang untuk masa depan (Harianto & Isbanah, 2021). Menurut Kautsar *et al.* (2020) perilaku pengelolaan keuangan merupakan ilmu yang membahas dan mengkaji bagaimana individu mengatur keuangannya, ditinjau dari aspek psikologis serta kebiasaan yang dimiliki oleh individu. Indikator yang digunakan untuk mengukur *financial management behavior* bersumber dari Dew & Xiao (2011) yaitu pola konsumsi (*consumption*), pengelolaan arus kas (*cash-flow management*), tabungan dan investasi (*saving and investment*), dan pengelolaan kredit (*credit management*).

Financial Literacy

Literasi keuangan merujuk pada pemahaman individu mengenai prinsip-prinsip dasar keuangan, disertai dengan kemampuan dan sikap yang mendukung penerapan pengetahuan tersebut dalam tindakan nyata yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan finansial (Worokinasih *et al.*, 2023). Literasi keuangan yang tinggi akan membantu individu untuk berpikir secara rasional dalam menentukan keputusan keuangannya (Choiruunisa & Kusumaningrum, 2024). Individu dengan *financial literacy* baik (*well literature*) cenderung memiliki *financial behavior* yang baik karena tidak dengan gampang dan akan merasa sayang jika menghamburkan uang untuk suatu hal yang tidak berguna, sedangkan individu dengan *financial literacy* yang kurang atau cenderung tidak melek keuangan akan berisiko untuk berperilaku konsumtif (Atari & Soleha, 2023). Indikator yang digunakan untuk mengukur *financial literacy* bersumber dari Chen dan Volpe (1998) yaitu Pengetahuan keuangan dasar

(*basic financial knowledge*), simpanan dan pinjaman (*saving and borrowing*), proteksi (*insurance*) dan investasi (*investment*).

Financial Self-Efficacy

Financial self-efficacy merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam mengelola dan mengupayakan tercapainya tujuan-tujuan finansial yang telah ditetapkan (Pramedi & Haryono, 2021). Individu dengan *financial self-efficacy* yang lebih baik akan merasa yakin terhadap uangnya, yang akan meningkatkan motivasi mereka untuk bekerja keras dengan mempelajari tentang uang, membuat rencana keuangan, dan mengambil tindakan untuk mencapai tujuan keuangan mereka (Rohmah & Asandimitra, 2024). *Financial self-efficacy* mencerminkan keyakinan seseorang dalam mengelola keuangannya, sehingga membentuk pola pikir positif bahwa individu tersebut mampu mencapai keberhasilan dalam pengelolaan finansial (Rahmawati & Marcella, 2023). Indikator yang digunakan untuk mengukur *financial self-efficacy* bersumber dari Lown (2011) yaitu kemampuan dalam perencanaan pengeluaran keuangan, kemampuan dalam mencapai tujuan keuangan, kemampuan pengambilan keputusan saat muncul kejadian tak terduga, kemampuan dalam menghadapi tantangan keuangan, keyakinan dalam pengelolaan keuangan dan keyakinan terhadap kondisi keuangan di masa yang akan datang.

Self Control

Self control adalah kemampuan individu untuk mengendalikan pikiran, emosi, dan perilakunya, dengan kata lain merupakan proses yang dapat membentuk diri individu (Acocella, 1990). *Self control* adalah bentuk pengendalian diri individu yang ditunjukkan ke dalam tindakan yang akan diambil. *Self control* berfungsi sebagai kemampuan internal individu dalam mengatur keputusan keuangan, khususnya dalam menahan dorongan untuk melakukan pengeluaran yang tidak diperlukan (Feralda *et al.*, 2023). Dengan pengendalian diri terkait keuangan yang baik maka individu memiliki kecenderungan untuk menyiapkan dana untuk hal hal yang tidak terduga, dan pengelolaan keuangannya akan membaik dan tetap tertata dalam berbagai keadaan (Sampoerno & Haryono, 2021). Indikator yang digunakan untuk mengukur *self control* bersumber dari Feralda *et al.* (2023) yaitu pengendalian kognitif (*cognitive control*), pengendalian dalam pengambilan keputusan (*decisional control*) dan pengendalian perilaku (*behavioral control*).

Peers Influence

Teman sebaya merupakan sekelompok individu yang memiliki kesamaan dalam berbagai hal, seperti usia, pendidikan, lingkungan, dan lain sebagainya (Rohmah & Asandimitra, 2024). Menurut Mappier (1997) kelompok teman sebaya merupakan suatu lingkungan sosial pertama dimana remaja belajar untuk hidup bersama dengan orang lain yang bukan merupakan anggota keluarganya. Menurut Wicaksono dan Nuryana (2020) teman sebaya kerap menjadi acuan bagi individu dalam mengamati dan meniru suatu perilaku, di mana hasil dari proses observasi tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku individu. Teman sebaya sangat penting untuk perkembangan seseorang karena dapat memberikan pengetahuan serta informasi mengenai dunia luar dari sudut pandang orang lain (Aida & Rochmawati, 2022).

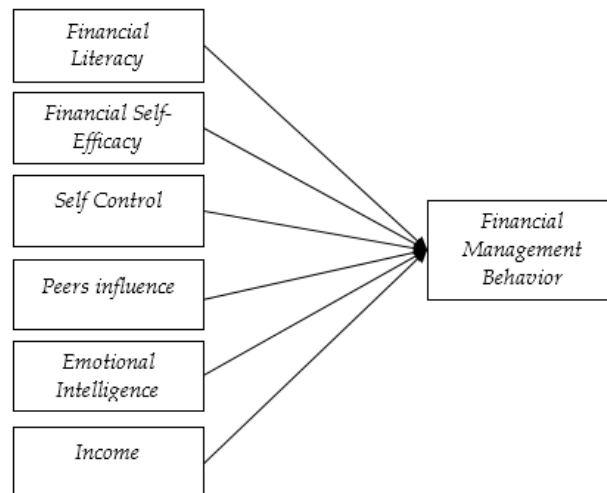
Indikator yang digunakan untuk mengukur pengaruh teman sebaya bersumber dari Thung *et al.* (2012) yaitu melakukan interaksi sosial, memberikan dukungan maupun dorongan, memberitahukan pengalaman serta pengetahuan baru dan mengikuti kebiasaan.

Emotional Intelligence

Emotional intelligence atau kecerdasan emosional adalah kemampuan individu dalam memahami, merasakan, dan selektifitas dalam penerapan kekuatan emosi serta kepekaan dalam merasakan pengaruh dan mempersuasi manusia (Lathiifah & Kautsar, 2022). Individu dengan tingkat kecerdasan emosional yang tinggi cenderung membuat pilihan yang lebih terinformasi dan seimbang, dengan mempertimbangkan aspek kecerdasan emosional yang meliputi : mengenali dan memahami emosi diri sendiri dan orang lain, memotivasi diri sendiri, mengenali emosi orang lain, membangun hubungan dengan orang lain (Asandimitra & Kautsar, 2019). Indikator yang digunakan untuk mengukur *emotional intelligence* bersumber dari Asandimitra & Kautsar (2019) yaitu kesadaran diri (*self-awareness*), pengendalian diri (*self-regulation*), motivasi diri (*motivation*), empati (*emphaty*) dan keterampilan sosial (*social skilss*).

Income

Income adalah penghasilan individu yang didapat melalui laba dan belum dikenakan pajak, disebut sebagai laba kotor dan perhitungannya juga disesuaikan oleh individu untuk mengetahui pajak penghasilan (Ida & Dwinta, 2010). Pendapatan yang stabil dan memadai dapat mendukung penerapan praktik manajemen keuangan yang lebih baik (Meidiana *et al.*, 2024). *Income* terbagi dalam empat jenis berdasarkan Badan Pusat Statistika (BPS, 2025) yaitu golongan <Rp1.500.000/bulan, golongan Rp1.500.000-2.500.000/bulan, golongan Rp2.500.000-3.500.000/bulan dan golongan <Rp 3.500.0000.



Gambar 1 Model Penelitian
Sumber : Data diolah peneliti (2025)

H1 : *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada generasi milenial pengguna *Paylater* di Kabupaten Lamongan

- H2 : *Financial Self-Efficacy* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada generasi milenial pengguna *Paylater* di Kabupaten Lamongan
- H3 : *Self Control* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada generasi milenial pengguna *Paylater* di Kabupaten Lamongan
- H4 : *Peers influence* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada generasi milenial pengguna *Paylater* di Kabupaten Lamongan
- H5 : *Emotional Intelligence* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada generasi milenial pengguna *Paylater* di Kabupaten Lamongan
- H6 : *Income* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada generasi milenial pengguna *Paylater* di Kabupaten Lamongan

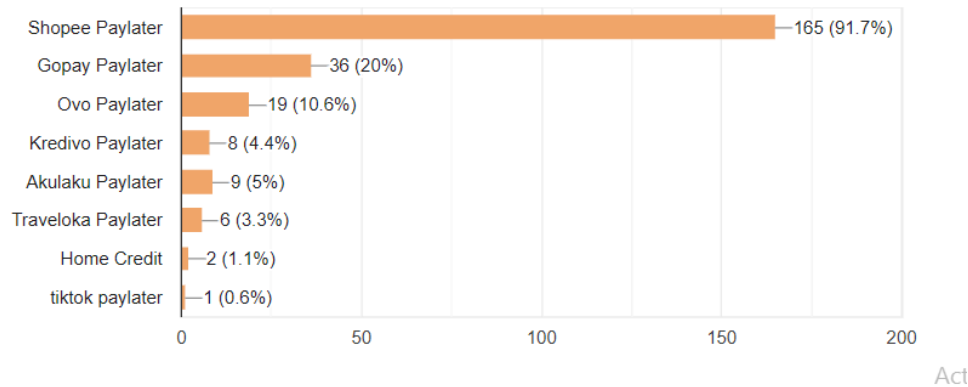
2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas untuk menguji pengaruh *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *self-control*, *peers influence*, *emotional intelligence*, dan *income* terhadap *financial management behavior*. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan *Google form*. Populasi penelitian adalah generasi milenial yang berdomisili di Kabupaten Lamongan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling* dengan kriteria responden berusia 29–44 tahun, berdomisili di Kabupaten Lamongan, serta pernah atau sedang menggunakan layanan *paylater*, sehingga diperoleh 180 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Instrumen penelitian diukur menggunakan skala *guttman* untuk mengukur item pertanyaan variabel *financial literacy* dan Skala *Likert* empat poin (1 = sangat tidak setuju hingga 4 = sangat setuju). Analisis data menggunakan *software* IBM SPSS versi 25. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas serta uji hipotesis yang terdiri dari uji T, uji F dan koefisien determinasi (R^2).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 180 orang yang merupakan generasi milenial pengguna *paylater* di Kabupaten Lamongan. Berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan, yaitu berjumlah 152 orang atau sebesar 84,5%. Sementara itu, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 28 orang atau sebesar 15,5% dari total responden penelitian. berdasarkan domisili menunjukkan bahwa responden didominasi oleh masyarakat yang berdomisili di wilayah Lamongan Kota, yaitu sebanyak 47 orang (26,11%). Responden yang berdomisili di Lamongan Utara berjumlah 45 orang (25,00%), responden yang berdomisili di Lamongan Timur berjumlah 33 orang (18,33%), dan responden yang berdomisili di Lamongan Selatan berjumlah 32 orang (17,78%). Sementara itu, responden yang berdomisili di Lamongan Barat merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu sebanyak 23 orang (12,78%).



Gambar 2 Jenis Aplikasi Paylater Mayoritas Responden

Sumber : Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan grafik jenis aplikasi *Paylater* yang digunakan, mayoritas responden menggunakan *Shopee Paylater* sebanyak 165 responden (91,7%). Hasil ini menunjukkan bahwa *Shopee Paylater* merupakan layanan *Paylater* yang paling dominan digunakan oleh generasi milenial dalam penelitian ini. Berdasarkan lama menggunakan *paylater* menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok yang telah menggunakan *paylater* selama kurang dari 1 tahun, yaitu sebanyak 104 orang (57,8%). Kelompok responden yang telah menggunakan *paylater* selama 1–3 tahun berjumlah 67 orang (37,2%), sedangkan responden yang telah menggunakan *paylater* selama 3–5 tahun merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu sebanyak 9 orang (5,0%).

Berdasarkan rata-rata pengeluaran menggunakan *paylater* dalam satu bulan menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok dengan pengeluaran di bawah Rp500.000, yaitu sebanyak 96 orang (53,3%). Responden dengan rata-rata pengeluaran menggunakan *paylater* sebesar Rp500.000–Rp1.000.000 berjumlah 60 orang (33,3%), sedangkan responden dengan rata-rata pengeluaran sebesar Rp1.000.000–Rp3.000.000 berjumlah 13 orang (7,2%). Sementara itu, responden dengan rata-rata pengeluaran menggunakan *paylater* di atas Rp3.000.000 merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu sebanyak 11 orang (6,1%). berdasarkan jumlah pendapatan menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar Rp2.500.000–Rp3.500.000, yaitu sebanyak 56 orang (31,1%). Selanjutnya, responden dengan pendapatan sebesar Rp1.500.000–Rp2.500.000 berjumlah 47 orang (26,1%), dan responden dengan pendapatan di atas Rp3.500.000 sebanyak 46 orang (25,6%). Sedangkan responden dengan pendapatan kurang dari Rp1.500.000 merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu sebanyak 31 orang (17,2%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode *Pearson Product Moment* yang diolah melalui program *SPSS*. Nilai *r*-tabel diperoleh dari $df = n - 2$, yaitu $30 - 2 = 28$ pada taraf signifikansi 0,05, sehingga diperoleh nilai *r*-tabel sebesar 0,361. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r*-hitung lebih besar daripada nilai *r*-tabel sebesar 0,361 dan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item

pernyataan pada variabel *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *self control*, *peers influence*, *emotional intelligence* dan *financial management behavior* memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga seluruh item pernyataan variabel dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 yaitu *financial literacy* sebesar 0,813, *financial self-efficacy* sebesar 0,870, *self control* 0,722, *peers influence* sebesar 0,861, *emotional intelligence* sebesar 0,833 dan *financial management behavior* sebesar 0,770, sehingga seluruh variabel dalam instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Uji Normalitas

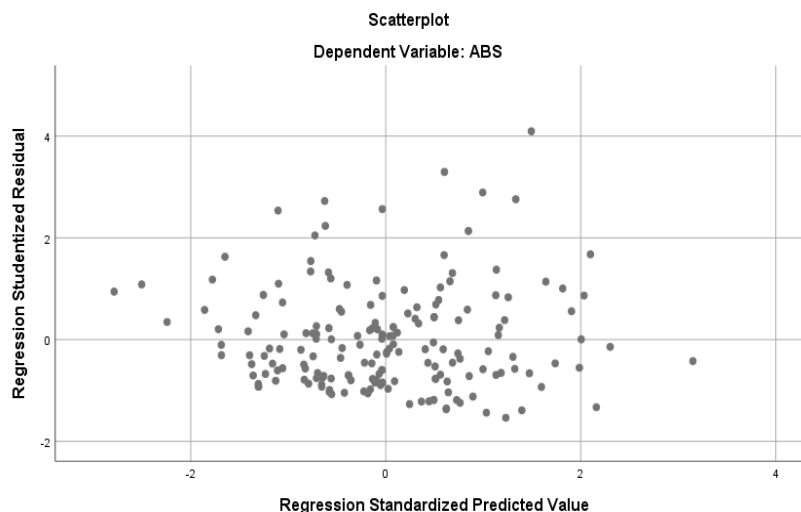
Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji statistik non parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* yang digunakan untuk memenuhi asumsi normalitas dengan syarat nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih dari 0,05 maka data dinyatakan terdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi (*Asymp. Sig*) sebesar 200 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji heteroskedasititas

Uji heteroskedasititas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplott* dan uji Glejser. Berdasarkan hasil uji Glejser, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan nilai residual absolut.



Gambar 3 Grafik Scatterplot
Sumber : Data diolah oleh SPSS

Grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, melebar, maupun menyempit. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa varians residual bersifat konstan sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.636	1.763		2.062	.041
FL	.241	.060	.284	4.021	.000
FSE	.145	.045	.248	3.238	.001
SC	-.027	.087	-.023	-.310	.757
P	-.034	.022	-.105	-1.515	.132
EI	.153	.043	.294	3.608	.000
I	.028	.069	.024	.410	.682

a. Dependent Variable: FMB

Sumber : Output SPSS (Data diolah, 2026)

Berdasarkan tabel ... diketahui persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 3.636 + 0.241FL + 0.145FSE - 0.027SC - 0.034P + 0.153EI + 0.028I + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 3,636. Artinya, apabila variabel *Financial Literacy (FL)*, *Financial Self-Efficacy (FSE)*, *Self Control (SC)*, *Peers influence (P)*, *Emotional Intelligence (EI)*, dan *Income (I)* dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai variabel *Financial Management Behavior (Y)* sebesar 3,636.

Uji F

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	16.987	18.662	.000
Residual	.910		

Sumber : Output SPSS (Data diolah, 2026)

Hasil perhitungan output menggunakan program *SPSS* diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 18.662 dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, maka secara simultan variabel *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *self control*, *peers influence*, *emotional intelligence* dan *income* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.627 ^a	.393	.372

a. Predictors: (Constant), I, SC, P, FL, FSE, EI

Sumber : Output SPSS (Data diolah, 2026)

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.372 yang berarti variabel *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *self control*, *peers influence*, *emotional intelligence* dan *income* mampu menjelaskan variabel *financial management behavior* sebesar 37,2%, sedangkan sisanya sebesar 62,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan positif terhadap *financial management behavior*. Pengaruh signifikan tersebut terjadi karena literasi keuangan memberikan pemahaman kepada responden mengenai pengelolaan anggaran, manfaat dan risiko penggunaan *paylater*, serta konsekuensi dari setiap keputusan keuangan. Pemahaman tersebut mendorong generasi milenial untuk mempertimbangkan kemampuan keuangan sebelum melakukan transaksi, sehingga penggunaan *paylater* menjadi lebih terencana dan perilaku pengelolaan keuangan yang ditunjukkan menjadi lebih baik.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat *financial literacy* responden berada pada kategori tinggi dengan rata-rata nilai indeks sebesar 156,13%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengetahuan yang memadai mengenai pengelolaan keuangan, termasuk dalam memahami penyusunan anggaran, manfaat menabung, serta konsekuensi penggunaan layanan *paylater*. Pengetahuan tersebut menjadi dasar bagi responden dalam mempertimbangkan setiap keputusan keuangan yang diambil, sehingga responden tidak hanya memahami cara menggunakan *paylater*, tetapi juga mampu menyesuaikan penggunaannya dengan kondisi keuangan dan kemampuan pembayaran yang dimiliki. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki, semakin baik pula perilaku mereka dalam mengelola keuangan (Lathiifah & Kautsar, 2022).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aida dan Rochmawati (2022), Asandimitra dan Kautsar (2019), Fathihani dan Rosdiana (2024) menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nikhmatus & Isbanah (2023), Rohmah & Asandimitra (2024) yang menyatakan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*.

Pengaruh *Financial Self-Efficacy* terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan positif terhadap *financial management behavior*. Pengaruh tersebut didukung oleh hasil deskriptif variabel *financial self-efficacy* yang berada pada kategori tinggi. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan "*Ketika pengeluaran tak terduga terjadi, saya lebih memilih menggunakan uang simpanan daripada meminjam orang lain*" dengan nilai indeks sebesar 162,75. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keyakinan terhadap kemampuannya dalam menghadapi kondisi keuangan yang tidak terduga dengan memanfaatkan dana yang dimiliki, tanpa bergantung pada pinjaman. Keyakinan tersebut mencerminkan kemampuan responden dalam mengendalikan kondisi keuangannya serta memilih sumber pendanaan yang lebih aman. Kondisi ini mendorong responden untuk lebih berhati-hati

dalam mengatur pengeluaran, memanfaatkan *paylater* secara lebih bijaksana, dan menghindari penggunaan utang di luar kemampuan pembayaran. Hal tersebut juga didukung oleh karakteristik responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar memiliki rata-rata pengeluaran menggunakan *paylater* di bawah Rp500.000 per bulan, sehingga perilaku pengelolaan keuangan yang baik dapat dipertahankan. Oleh karena itu, semakin tinggi *financial self-efficacy* yang dimiliki responden, semakin baik pula *financial management behavior* yang ditunjukkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Marcella (2023), Dya Wardani *et al.* (2025), Ida dan Elsalonika (2025) menyatakan bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Tidak sejalan dengan hasil penelitian Nisa & Haryono (2022) yang menyatakan bahwa *financial self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

Pengaruh Self Control terhadap Financial Management Behavior

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-control* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Mayoritas responden memiliki pendapatan Rp2.500.000–Rp3.500.000 (31,1%) dan 53,3% hanya menggunakan *paylater* di bawah Rp500.000 per bulan. Pendapatan responden yang sebagian besar berada pada kisaran Rp.2.500.00–Rp.3.500.00 menjadi batasan untuk dapat menggunakan kredit termasuk *paylater*. Pada kondisi semacam ini, dapat dikatakan pengendalian bukan karena kemampuan pengendalian diri responden namun karena platform kredit terbatas. Oleh karena itu, *self-control* tidak menjadi faktor yang menentukan *financial management behavior*. Sebanyak 91,7% responden menggunakan *Shopee Paylater*. *Shopee Paylater* telah menyediakan fitur seperti informasi tagihan, tanggal jatuh tempo, pilihan cicilan, dan pengingat pembayaran. Adanya fitur-fitur tersebut membantu responden mengelola penggunaan *paylater*, sehingga perilaku keuangan tidak hanya bergantung pada kemampuan mengendalikan diri, tetapi juga didukung oleh sistem yang disediakan *platform*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afdhila dan Nugroho (2023), Suprianto *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa *self control* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Tidak sejalan dengan hasil penelitian Feralda *et al.* (2023), Sari *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa *self control* berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

Pengaruh Peers Influence terhadap Financial Management Behavior

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *peers influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh dari lingkungan sosial bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan responden dalam menggunakan *paylater*. Hal ini didukung oleh hasil deskriptif variabel *peers influence*, indikator dengan nilai indeks terendah terdapat pada pernyataan "*Saya merasa terdorong menggunakan paylater agar tidak ketinggalan tren di lingkungan sosial*" dengan nilai indeks sebesar 143,25. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar responden tidak menggunakan *paylater* karena ingin mengikuti tren atau dorongan dari lingkungan sosial. Sebaliknya, keputusan responden dalam menggunakan *paylater*

lebih dipengaruhi oleh manfaat yang ditawarkan oleh *platform*, seperti promo, potongan harga, *cashback*, maupun kemudahan pembayaran. Dengan demikian, penggunaan *paylater* lebih didasarkan pada pertimbangan manfaat ekonomi yang dirasakan dibandingkan dengan pengaruh dari orang-orang di sekitarnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohmah & Asandimitra (2024), Hun *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa *peers influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Tidak sejalan dengan penelitian Aida & Rochmawati (2022), Mufida & Sholikhah (2022) yang menyatakan bahwa *peers influence* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

Pengaruh *Emotional Intelligence* terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *emotional intelligence* berpengaruh signifikan positif terhadap *financial management behavior*. Pengaruh tersebut menunjukkan bahwa kemampuan responden dalam mengenali dan mengendalikan emosi berperan dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan. Hal ini didukung oleh hasil deskriptif yang menunjukkan bahwa indikator "*Saya dapat mengontrol penggunaan paylater agar tidak melebihi batas keuangan saya*" memperoleh nilai indeks tertinggi sebesar 162,25, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden mampu mengendalikan penggunaan *paylater* sesuai dengan kemampuan keuangannya. Indikator "*Saya termotivasi untuk menggunakan paylater sebagai alat bantu dalam mengatur keuangan secara bijak*" memperoleh nilai indeks terendah sebesar 152,25. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak memandang *paylater* sebagai sarana utama untuk mengelola keuangan, melainkan sebagai salah satu alternatif metode pembayaran. Dengan demikian, perilaku pengelolaan keuangan yang baik lebih dipengaruhi oleh kemampuan responden dalam mengendalikan emosi dan mengambil keputusan secara rasional ketika menggunakan *paylater*, dibandingkan oleh anggapan bahwa *paylater* merupakan alat untuk mengatur keuangan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asandimitra & Kautsar (2019); Satriadi *et al.*, (2023), Lathiifah & Kautsar (2022), Widiyastuti & Jama (2025) yang menyatakan bahwa *emotional intelligence* berpengaruh terhadap *financial management behavior*. Tidak sejalan dengan penelitian Palupi & Subroto (2025) yang menyatakan bahwa *emotional intelligence* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

Pengaruh *Income* terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *income* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Hasil tersebut disebabkan oleh karakteristik responden yang didominasi oleh kelompok dengan tingkat pendapatan yang relatif rendah. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas memiliki pendapatan sebesar Rp2.500.000–Rp3.500.000 per bulan. Tingkat pendapatan tersebut menyebabkan kemampuan keuangan responden dalam mengakses dan memanfaatkan fasilitas kredit, termasuk layanan *paylater*, menjadi lebih terbatas. Dengan keterbatasan tersebut, responden cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan kredit sehingga perbedaan tingkat pendapatan tidak menghasilkan perbedaan yang berarti dalam perilaku pengelolaan keuangan. Hal ini juga didukung oleh karakteristik responden yang

menunjukkan bahwa sebagian besar memiliki rata-rata pengeluaran menggunakan *paylater* di bawah Rp500.000 per bulan yang menunjukkan bahwa responden menggunakan fasilitas *paylater* dalam jumlah yang relatif terbatas, sehingga besarnya pendapatan belum menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunitasari & Isbanah (2024), Sampoerno & Haryono (2021) yang mengatakan tidak ada pengaruh antara *income* terhadap *financial management behavior*, maka hal ini menunjukkan bahwa besarnya pendapatan yang diterima dan dimiliki seseorang tidak dapat dijadikan sebagai tolak ukur perilaku keuangan seseorang. Tidak sejalan dengan penelitian Lathiifah & Kautsar (2022), Nisa & Haryono (2022) yang mengatakan dengan tingginya tingkat *income* maka dapat menimbulkan *financial management behavior* yang baik juga. Semakin tinggi *income* seseorang, bukan berarti seseorang tersebut punya *financial management behavior* yang baik. Sebaliknya, rendahnya *income* seseorang bukan berarti seseorang punya tingkat *financial management behavior* yang buruk.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *emotional intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* pada generasi milenial pengguna *paylater* di Kabupaten Lamongan. Sebaliknya, *self-control*, *peers influence*, dan *income* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan lebih dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memahami dan mengelola aspek keuangan serta emosinya dibandingkan oleh tingkat pendapatan, pengendalian diri, maupun pengaruh teman sebaya. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, yaitu penggunaan kuesioner tertutup yang belum mampu menggali informasi secara mendalam, pengolahan data yang belum memisahkan secara optimal antara karakteristik responden dan data variabel penelitian, serta indikator *peers influence* yang belum sepenuhnya merepresentasikan konsep pengaruh teman sebaya sesuai dengan landasan teori.

Berdasarkan temuan dan keterbatasan tersebut, generasi milenial pengguna *paylater* diharapkan dapat terus meningkatkan literasi keuangan, *financial self-efficacy*, dan kecerdasan emosional agar mampu mengelola keuangan secara lebih bijaksana. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menyempurnakan instrumen penelitian dengan menambahkan pertanyaan terbuka atau menggunakan pendekatan *mixed methods*, memisahkan analisis data karakteristik responden dan data hasil pengukuran variabel penelitian sesuai dengan karakteristiknya, mengembangkan indikator variabel *peers influence* agar dapat menggambarkan pengaruh yang berasal dari lingkungan sosial secara lebih tepat sesuai dengan konsep variabel yang digunakan., serta menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *financial management behavior* dan memperluas cakupan wilayah penelitian sehingga hasil yang diperoleh memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhila, Q., & Nugroho, J. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos. *Journal On Education*, 6(1), 7–14. <https://doi.org/10.31294/moneter.v1i1.17470>
- Aida, N. N., & Rochmawati. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan dengan *locus of control* sebagai variabel intervening. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 10(3), 5827–5836.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality, And Behavior. *International Journal of Strategic Innovative Marketing*, 3, 117. https://www.researchgate.net/publication/263228532_Atitudes_Personality_and_Behavior
- Ani, H. N., Belinda, P., Mahmudah, A., & Indira, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dan Locus of Control Pada Penggunaan Shopee Paylater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 509–516. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1082>
- Asandimitra, N., & Kautsar, A. (2019). The influence of financial information, financial self efficacy, and emotional intelligence to financial management behavior of female lecturer. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(6), 1112–1124. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.76160>
- Atari, R., & Soleha, E. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Lotus of Control, dan Self Efficacy terhadap Financial Behavior. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v7n1.p1-17>
- Bandura, A. (1977). Bandura 1977.pdf. In *Self-efficacy beliefs of adolescents* (Vol. 84, Issue 2, pp. 307–337).
- Baron, R. A., & Byrne, D. (1991). *Social psychology: Understanding human interaction* (6th ed.). Allyn & Bacon.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). *An analysis of personal financial literacy among college students*. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Choirunnisa, R., & Kusumaningrum, T. M. (2024). Pengaruh *financial literacy, lifestyle, self-control, conformity, dan self-esteem* terhadap *consumptive behaviour* pada Generasi Z penggemar Korean Wave di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(4), 776–792. <https://doi.org/10.26740/jim.v12n4.p776-792>
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). *The financial management behavior scale: Development and validation*. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59.
- Dya Wardani, S. A., Setianingsih, W. E., & Wibowo, Y. G. (2025). Pengaruh *financial self efficacy, financial literacy dan financial technology* terhadap perilaku manajemen keuangan pada mahasiswa PTS di Kota Jember. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), 1–13. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2483>
- Elsalonika, A., & Ida, I. (2025). Perilaku keuangan Generasi Z: Peran penerapan *financial technology*, literasi keuangan, dan efikasi diri. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(2), 365–379. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.32838>
- Feralda, M., Hasan Hafidzi, A., & 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>

- Feralda, M., Hasan Hafidzi, A., & 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>
- Gumitasari, V., & Isbanah, Y. (2024). Pengaruh *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *income* terhadap *financial management behavior* pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(4), 955–967. <https://doi.org/10.26740/jim.v12n4.p955-967>
- Hariato, S., & Isbanah, Y. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan, Locus of Control, Financial Attitude, Financial Self-Efficacy, dan Parental Financial Socialization terhadap Financial Management Behavior Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 241. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p241-252>
- Ida, I., & Dwinta, C. Y. (2010). Pengaruh *locus of control*, *financial knowledge*, *income* terhadap *financial management behavior*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 12(3), 131–144.
- Kautsar, A., Asandimitra, N., Isbanah, Y., Kusumaningrum, T. M., & Rozaq, K. (2020). A new decade for social changes Financial management behavior of junior high school woman teacher. *Technium Social Sciences Journal*, 14, 445–453. www.techniumscience.com
- Kredivo, & Katadata Insight Center. (2025). *Riset perilaku konsumen e-commerce Indonesia 2025*. Katadata Insight Center.
- Lathiifah, D. R., & Kautsar, A. (2022). Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Technology*, *Financial Self-Efficacy*, *Income*, *Life Style*, dan *Emotional Intelligence* terhadap *Financial Management Behavior* pada Remaja di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1211–1226. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n4.p1211-1226>
- Lown, J. M. (2011). *Development and validation of a financial self-efficacy scale*. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(2), 54–63.
- Mappiare, A. (1997). *Psikologi remaja*. Usaha Nasional.
- Meidiana, M., Wijayanti, A., & Astungkara, A. (2024). *Financial management behavior at MSME straight woven fabric centers in Tawang village. Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9181>
- Mufida, I., & Sholikhah, N. (2022). Pengaruh pendidikan keuangan di keluarga dan teman sebaya terhadap financial management behavior siswa. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 315–330. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.17587>
- Nisa, F. K., & Haryono, N. A. (2022). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self Efficacy, Income, Locus of Control, dan Lifestyle terhadap Financial Management Behavior Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 82–97. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p82-97>
- Nisa, F. K., & Haryono, N. A. (2022). Pengaruh *Financial Knowledge*, *Financial Attitude*, *Financial Self Efficacy*, *Income*, *Locus of Control*, dan *Lifestyle* terhadap *Financial Management Behavior* Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 82–97. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p82-97>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Laporan perkembangan produk dan lembaga jasa keuangan*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Laporan sistem layanan informasi keuangan (SLIK) perkembangan pembiayaan paylater*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>
- Palupi, C. N., & Subroto, W. T. (2025). Analisis pengaruh kecerdasan emosional, ekonomi orang tua, dan literasi keuangan terhadap kemampuan pengambilan keputusan menabung mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

- Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(5), 33–49.
<https://doi.org/10.37385/msej.v6i5.8357>
- Pramedi, A. D., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh *Financial Literacy, Financial Knowledge, Financial Attitude, Income dan Financial Self Efficacy* terhadap *Financial Management Behavior Entrepreneur* Lulusan Perguruan Tinggi di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 572. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p572-586>
- Rahmawati, U., & Marcella, E. (2023). *Locus of Control, Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self-Efficacy, and Social Economic Status as Antecedents of Financial Management Behavior*. *Journal of Management and Business Insight*, 1(1), 66–76.
<https://doi.org/10.12928/jombi.v1i1.561>
- Rohmah, E. M., & Asandimitra, N. (2024). *Determinants of Financial Management Behavior on Students of Bahrul Ulum Tambakberas Jombang Islamic Boarding School*. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 4(2), 211.
<https://doi.org/10.56174/pjieb.v4i2.266>
- Sampoerno, A. E., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh *Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, dan Risk Tolerance* terhadap *Financial Management Behavior* pada Generasi Milenial Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 1002–1014.
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p1002-1014>
- Sampoerno, A. E., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh *Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, dan Risk Tolerance* terhadap *Financial Management Behavior* pada Generasi Milenial Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 1002–1014.
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p1002-1014>
- Sari, A. A., Sasanti, E. E., & Astungkara, A. (2024). Pengaruh pendapatan, *financial attitude, financial knowledge, self-efficacy, dan self-control* terhadap *financial behavior* generasi sandwich di Kota Mataram. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 4(3), 469–488.
<https://doi.org/10.29303/risma.v4i3.1250>
- Satriadi, D., Manurung, A. H., Sembel, R., & Sutawidjaya, A. H. (2023). Meningkatkan *Financial Management Behavior dan Investment Decision Making* melalui *Financial Knowledge, Attitude, dan Emotional Intelligence* dengan *Risk Perception*. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 10(2), 161–179.
<https://doi.org/10.35838/jrap.2023.010.02.14>
- Sholihah, D. N., & Isbanah, Y. (2023). Pengaruh literasi keuangan, pengetahuan keuangan, locus of control, dan hedonism lifestyle terhadap financial management behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 589–601. <https://doi.org/10.26740/jim.v11n3.p589-601>
- Suprianto, A., Pongoliu, Y. I., & Ishak, I. M. (2023). Pengaruh literasi keuangan, self control dan impulsive buying terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa KMI-Balut. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2.1), 235–246.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.5791>
- Thung, C. M., Kai, C. Y., Nie, F. S., Chiun, L. W., & Tsen, T. C. (2012). *Determinants of saving behaviour among the university students in Malaysia*. Universiti Tunku Abdul Rahman.
- We Are Social, & Meltwater. (2024). *Digital 2024*. We Are Social.
<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Wicaksono, A. B., & Nuryana, I. (2020). Pengaruh Sikap Keuangan, Teman Sebaya, dan Kecerdasan Spiritual Melalui Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 940–958.
<https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42352>

- Widiyastuti, T., & Jama, A. K. (2025). Analisis pengaruh *financial literacy*, *parent's income*, dan *emotional intelligence* terhadap *financial behavior* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul. *Jurnal EMT KITA*, 9(1), 63–70. <https://doi.org/10.35870/emt.v9i1.3450>
- Worokinasih, S., Nuzula, N. F., Damayanti, C. R., & Sirivanh, T. (2023). The resilience of youth entrepreneur: the role of social capital, financial literacy, and emotional intelligence on SMEs' performance in Indonesia. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 16(1), 1–27. <https://doi.org/10.26740/bisma.v16n1.p1-27>