

PENGARUH FINANCIAL LITERACY DAN FINANCIAL ATTITUDE TERHADAP SAVING BEHAVIOR (PADA PENGGUNA SEABANK MAHASISWA MANAJEMEN UKRI)

Lenie Najwa Fitriani¹, Deri Apriadi²

^{1,2}Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

Email : najwafitriani21@gmail.com¹, deriukri08@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan (*financial literacy*) dan sikap keuangan (*financial attitude*) terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) pada mahasiswa pengguna aplikasi *SeaBank* di Universitas Kebangsaan Republik Indonesia (UKRI). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 83 responden yang merupakan mahasiswa aktif Program Studi Manajemen UKRI dan dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala *Likert*. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa baik *financial literacy* maupun *financial attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *saving behavior*, dengan pengaruh *financial attitude* lebih dominan. Penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan pengetahuan serta pembentukan sikap keuangan yang positif untuk mendorong kebiasaan menabung yang sehat di kalangan mahasiswa pengguna bank digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Perilaku Menabung, *Seabank*, Mahasiswa

Abstract

This study aims to determine the effect of financial literacy and financial attitude on saving behavior among SeaBank application users who are students at the Universitas Kebangsaan Republik Indonesia (UKRI). A quantitative method with an associative descriptive approach was used in this research. The sample consisted of 83 active Management Study Program students selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire. The results of multiple linear regression analysis show that both financial literacy and financial attitude have a positive and significant effect on saving behavior, with financial attitude having a more dominant influence. This study highlights the importance of improving financial knowledge and fostering a positive financial attitude to encourage healthy saving habits among digital bank users in the student population.

Keywords: Financial Literacy, Financial Attitude, Saving Behavior, *Seabank*, Students.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang terus maju telah mempengaruhi bermacam

sektor kehidupan, termasuk industri keuangan. Digitalisasi dalam layanan keuangan, khususnya melalui bank digital

dan aplikasi teknologi finansial (*fintech*), telah membawa perubahan signifikan dalam cara konsumen mengakses layanan perbankan. Salah satu contoh bank digital yang berkembang pesat adalah *SeaBank*, yang menawarkan kemudahan akses dan berbagai fitur untuk mendukung transaksi keuangan nasabah. Seiring dengan meningkatnya penggunaan perangkat digital di kalangan masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa, bank digital semakin menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan perbankan mereka. Seiring dengan itu, literasi keuangan dan pemahaman terhadap fitur-fitur teknologi finansial menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan dalam menggunakan layanan tersebut (Puspadewi et al., 2025).

Memiliki literasi digital dan keuangan yang baik akan menciptakan ekosistem perbankan digital yang baik, termasuk bagi pemahaman masyarakat tentang perbankan digital. Oleh karena itu, perkembangan industri jasa keuangan digital dapat menjadi ancaman bagi masyarakat dengan literasi keuangan yang minim serta literasi digital yang minim. Tidak dipungkiri bahwa literasi keuangan di Indonesia yang masih sepenuhnya merata. Masyarakat Indonesia belum

sepenuhnya memahami berbagai produk serta jasa layanan keuangan dari lembaga jasa keuangan formal, hal ini memperlihatkan bahwa literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah (Tiffani, 2023).

Literasi keuangan tidak hanya memberikan pengetahuan saja serta memberikan pula keterampilan keuangan yang bisa digunakan untuk membuat keputusan dalam segi keuangan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh menunjukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-banking* (Tiffani, 2023).

Pada mahasiswa, khususnya mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, penggunaan bank digital pun semakin populer. Namun, keputusan untuk menggunakan bank digital tidak hanya ditentukan oleh kemudahan penggunaan aplikasi, tetapi juga dengan tingkat literasi keuangan dan literasi digital. Untuk memastikan layanan *mobile banking* efektif, aplikasi harus mudah dipahami dan dapat menjalin interaksi yang baik dengan pengguna. Dalam konteks ini, penting untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan dan penggunaan fitur teknologi finansial mempengaruhi keputusan

mahasiswa dalam memilih untuk menggunakan bank digital seperti *SeaBank* (Puspadewi et al., 2025)

Beberapa studi sebelumnya menunjukkan opini yang berbeda tentang bagaimana fitur dan literasi keuangan mempengaruhi keputusan menggunakan bank digital. Studi yang dilakukan oleh (Sari et al., 2024) menunjukkan bahwa bank digital mudah digunakan dan tidak memiliki persepsi risiko yang signifikan, seperti yang ditunjukkan oleh literasi keuangan yang rendah yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan bank digital (Puspadewi et al., 2025).

Perkembangan layanan serta teknologi telah mengubah cara kerja dalam bidang operasional dan manajemen sebagian besar organisasi komersial dan non komersial, termasuk layanan perbankan. Dengan semakin ketatnya persaingan, meningkatkan sensitivitas nasabah terhadap isu-isu yang berkaitan dengan waktu, kenyamanan, dan biaya, organisasi perbankan mulai memanfaatkan teknologi dalam upaya untuk mengesampingkan batasan-batasan yang berkaitan dengan pertemuan secara langsung. Salah satu inovasi tersebut adalah Bank Digital, yang menawarkan cara inovatif untuk menyediakan berbagai

layanan keuangan kepada nasabah. berbagai layanan keuangan, sekaligus menggantikan peran pertemuan manusia (Khatib Sulaiman et al., 2023).

Dalam sektor keuangan, perubahan digital telah menciptakan model dan proses bisnis yang lebih cenderung menggunakan teknologi digital, tetapi juga menciptakan produk dan layanan baru. Adanya bank digital dapat memudahkan transaksi perbankan masyarakat di mana saja dan kapan saja. Lebih lanjut, kegiatan perbankan seperti transfer dana, investasi, pembayaran, dan pemeriksaan rekening rutin dapat dilakukan secara *online* memberikan alternatif yang lebih cepat dan efisien daripada kunjungan ke kantor cabang. Salah satu bank digital yang hadir di Indonesia adalah *Seabank*. Bank ini sebelumnya dikenal sebagai PT. Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) dan diakuisisi oleh Sea Group, perusahaan induk Shopee, pada tahun 2021[4]. pada tahun 2023 *Seabank* memiliki 5,43 juta pengguna aktif di Indonesia. Jumlah ini cukup sedikit apabila di dibandingkan dengan jumlah pengguna aplikasi *mobile banking* milik bank yang memiliki kantor fisik seperti BRI Mobile dengan jumlah pengguna aktif sebanyak 20,34 juta pengguna, *Livin' by Mandiri* dengan 15,19

juta pengguna aktif, dan BNI *Mobile Banking* dengan 10,25 juta pengguna aktif (Khatib Sulaiman et al., 2023).

Layanan perbankan digital menawarkan berbagai fasilitas dan kenyamanan yang beragam dalam melakukan transaksi perbankan bagi para nasabahnya. Tetapi di sisi lain, calon nasabah juga merasa cemas tentang isu-isu yang berkaitan dengan fitur yang tersedia, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, investasi, dan aspek-aspek lain yang berkaitan dengan bank digital ditambah lagi bank digital tidak memiliki kantor cabang fisik dan semua proses perbankan dilakukan melalui aplikasi *mobile*. Tingkat kepercayaan dan kekhawatiran masyarakat ini memiliki dampak pada tingkat adopsi bank digital, termasuk *Seabank* oleh masyarakat (Khatib Sulaiman et al., 2023).

Tabel 1. 1 Data Pengguna Bank Digital di Indonesia

Nama Bank Digital	Pengguna di Indonesia
Jago	46%
Neobank	40%
Jenius	32%
Seabank	27%
Blu	25%
Line Bank	16%
TMRW	13%
Digibank	11%
Permata Me	10%
Allo Bank	7%

Sumber: GoodStats, 2022

Dr. Timothy Astandu selaku *Co-Founder & Chief Executive Officer* (CEO) Populix dalam siaran pers mengungkapkan bahwa akselerasi transformasi digital yang terjadi beberapa tahun belakangan ini terus membawa dampak terhadap berbagai industri, termasuk sektor perbankan dan keuangan. Hal ini terlihat juga dari semakin banyaknya pilihan aplikasi layanan perbankan dan keuangan yang bertumbuh untuk menjawab berbagai kebutuhan pengguna. Untuk kategori aplikasi bank digital, Bank Jago berhasil menempati peringkat pertama aplikasi *digital banking* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Adapun persentasenya mencapai 46 persen pada tahun 2022 (GoodStats, 2022).

Sementara itu, *NeoBank* berada di posisi ke-2 dengan raihan sebesar 40 persen responden. Diikuti Jenius di posisi ke-3 dengan total persentase sebesar 32 persen. *SeaBank* berhasil meraih posisi ke-4 dengan raihan 27 persen responden dan Blu, bank digital milik BCA menempati posisi ke-5 sebesar 25 persen. Secara berurutan di posisi ke-6 hingga ke-10 diraih oleh *LINE Bank by Hana Bank* (16 persen), *TMRW by UOB* (13 persen), *Digibank by DBS* (11 persen), *Permata Me* (10 persen), dan *Allo Bank* (7 persen). Para responden

mengungkapkan alasan utama mereka menggunakan aplikasi bank digital ialah karena praktis serta mudah digunakan dengan raihan persentase masing-masing sebesar 75 persen dan 74 persen (GoodStats, 2022).

Hal ini menandakan bahwa user experience (UX) dalam aplikasi perbankan merupakan sesuatu yang esensial. Adapun aplikasi bank digital biasanya digunakan oleh responden untuk mengisi ulang aplikasi lain seperti eCommerce dan eWallet, melakukan pembelian di eCommerce, melakukan transfer ke anggota keluarga, dan masih banyak lagi. Saat ini, sebagian besar responden tepatnya 25 persen di antaranya telah menggunakan aplikasi bank digital setiap hari. Di sisi lain, temuan lebih lanjut dari survei ini mengungkapkan bahwa sebesar 57 persen responden berencana untuk meningkatkan frekuensi penggunaan aplikasi bank digital di masa depan (GoodStats, 2022).

KAJIAN TEORETIS

Financial literacy adalah salah satu faktor yang mempengaruhi *saving behavior*. *Financial literacy* adalah tingkat pengetahuan individu tentang keuangan. Jika individu memiliki pemahaman yang lebih luas tentang keuangan, maka dapat lebih efisien dalam mengelola keuangan

dengan tepat. *Financial literacy*, juga dikenal sebagai "melek keuangan", adalah pengetahuan tentang cara mengelola keuangan secara efektif. Sebagai contoh, seseorang yang bekerja di bidang akuntansi mungkin sangat memahami aset dan liabilitas perusahaan, tetapi mungkin tidak tahu cara mengelola kekayaan sendiri dengan baik. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 melibatkan 14.634 orang dari 34 provinsi dan 76 kota/kabupaten. Indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia meningkat menjadi 49,68% dari 38,03% pada tahun 2019. *Financial Attitude* adalah cara individu bersikap dan mengambil keputusan terkait dengan keuangan. Sikap ini mencakup pandangan dan perilaku individu terhadap pengelolaan keuangan. Sementara itu, *financial attitude* dapat diukur melalui aspek-aspek seperti pengendalian pengeluaran bulanan, penetapan tujuan keuangan masa depan, kebiasaan menabung setiap bulan, strategi pengelolaan uang, kepemilikan dan implementasi rencana pengeluaran bulanan (Putri & Andayani, 2024).

Financial attitude merupakan suatu keadaan pikiran, keyakinan, dan penilaian seseorang yang berkaitan dengan masalah

keuangan pribadi, *financial attitude* dapat diukur dari dimensi dalam mengendalikan pengeluaran bulanan, menetapkan target keuangan ke depan, menyimpan uang (menabung) setiap bulan, cara mengelola uang, memiliki dan mengikuti rencana pengeluaran bulanan. Dapat disimpulkan bahwa *financial attitude* merupakan suatu keadaan pikiran, keyakinan, dan penilaian seseorang untuk menciptakan dan mempertahankan nilai yang berkaitan pada masalah keuangan pribadi, pengelolaan sumber daya yang tepat dan sikap individu dalam menghadapi masalah keuangan, serta penetapan target keuangan, menyimpan uang, mengelola uang, dan memiliki rencana pengeluaran yang termasuk kapasitas pada pengendalian diri, dan perencanaan yang berpengaruh terhadap masalah keuangan. Individu yang tidak bijaksana dalam menanggapi masalah keuangan pribadi cenderung akan memiliki *saving behavior* yang buruk. *Financial attitude* dapat mempengaruhi *saving behavior* seseorang. Semakin baik tingkat *financial attitude* seseorang, maka semakin baik pula *saving behaviour* seseorang dan mampu membedakan kebutuhan serta keinginan (Paryati et al., 2021).

Secara umum, *financial attitude* mengacu pada sikap atau pola pikir

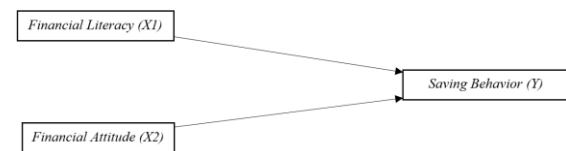
seseorang terhadap keuangan dan pengelolaan keuangan pribadi. *Financial attitude* dapat memengaruhi bagaimana seseorang memandang uang, mengelola pengeluaran, menabung, berinvestasi, dan mengambil keputusan keuangan lainnya. Penting untuk diingat bahwa *financial attitude* dapat berbeda antara individu satu sama lain. Beberapa orang mungkin memiliki sikap yang positif terhadap keuangan dan pengelolaan keuangan, sementara yang lain mungkin memiliki sikap yang kurang positif atau bahkan negatif, dengan menyadari sikap keuangan pribadi dan mengembangkan sikap yang positif terhadap keuangan, seseorang dapat meningkatkan pengelolaan keuangan mereka, merencanakan masa depan keuangan dengan lebih baik, dan mencapai stabilitas finansial. (Riska Firdatus Samadiyah et al., 2024).

Saving behavior merupakan tindakan berdasarkan niat karena pandangan ke depan, seperti pengeluaran tak terduga, menyisihkan pendapatan sebelum digunakan untuk konsumsi, membuat perkiraan kebutuhan masa depan, menghindari pengeluaran untuk hal-hal yang tidak penting, dan menabung secara teratur. Perilaku menabung adalah kegiatan rutin seseorang dalam menyisihkan

sebagian pendapatan untuk disimpan supaya dapat mencapai suatu tujuan di masa depan. Dapat disimpulkan bahwa *Saving behavior* merupakan tindakan berdasarkan niat karena pandangan ke depan, seperti pengeluaran tak terduga, menyisihkan pendapatan sebelum digunakan untuk konsumsi, dan adanya perencanaan tanggung jawab terhadap keuangan sehingga individu memiliki motivasi dan tanggung jawab tertentu untuk masa depan (perilaku sosial), serta meminimalisir terjadinya risiko musibah, dan membuat perkiraan untuk masa depan *Saving behavior* merupakan tindakan menyisihkan pendapatan sebelum dikonsumsi dan membuat perkiraan untuk kebutuhan masa depan, menghindari pengeluaran tak terduga, dan menabung secara teratur. Tabungan sama dengan peningkatan kekayaan bersih individu berupa selisih dari *income* dan konsumsi kebutuhan ataupun kepuasan, sedangkan *saving behavior* merupakan akibat dari pilihan saat ini maupun masa yang akan datang (Manajerial et al., 2023).

Variabel yang berpengaruh antara lain, variabel *Financial Literacy (X1)* mempengaruhi variabel *Saving Behavior (Y)*. Variabel *Financial Attitude (X2)* berpengaruh terhadap *Saving Behavior (Y)*.

Variabel *Saving Behavior (Y)* dipengaruhi oleh variabel *Financial Literacy (X1)* dan variabel *Financial Attitude (X2)*. Kerangka konseptual penelitian ini dibuat untuk menggambarkan hubungan antara variabel yang diteliti, disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif asosiatif untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan (*financial literacy*) dan sikap keuangan (*financial attitude*) terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) pada mahasiswa pengguna SeaBank di Universitas Kebangsaan Republik Indonesia (UKRI). Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Manajemen (UKRI) yang menggunakan aplikasi *SeaBank*. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen (UKRI) yang menjadi pengguna aktif aplikasi *SeaBank*, dengan teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria inklusi mencakup mahasiswa yang

telah menggunakan SeaBank selama tiga minggu terakhir dan bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Slovin* untuk memastikan representativitas data (Apriadi, 2022).

Definisi konseptual dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut. *Financial literacy* adalah tingkat pemahaman mahasiswa terhadap konsep dasar keuangan seperti pengelolaan utang, investasi, perencanaan anggaran, serta produk dan layanan perbankan digital, yang dapat diukur melalui tingkat pengetahuan dan pemahaman responden terhadap instrumen keuangan. *Financial attitude* merupakan sikap individu terhadap pengelolaan keuangan pribadi yang mencakup pengendalian diri dalam pengeluaran, perencanaan keuangan jangka panjang, dan preferensi menabung dibanding konsumsi. Sementara itu, *saving behavior* mengacu pada perilaku individu dalam menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung dengan tujuan tertentu di masa depan, yang ditunjukkan melalui kebiasaan menabung rutin, memiliki tujuan keuangan, serta menghindari pengeluaran tidak penting (Vieira et al., 2020).

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada mahasiswa Program Studi Manajemen (UKRI) yang merupakan pengguna *SeaBank*, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi pada seluruh populasi mahasiswa di luar Program Studi Manajemen (UKRI) atau pengguna bank digital lainnya. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* melalui *google form* yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel dan telah divalidasi dalam studi sebelumnya. Kuesioner ini terdiri atas pernyataan-pernyataan tertutup dengan skala *Likert* lima poin yang mengukur dimensi dari *financial literacy*, *financial attitude*, dan *saving behavior* terhadap 83 responden untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian ini. (Maria Florensa et al., 2024)

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis statistik inferensial melalui bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Langkah pertama melibatkan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Setelah itu dilakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Untuk menguji hipotesis, digunakan analisis regresi linier

berganda guna melihat pengaruh parsial dan simultan antara *financial literacy* dan *financial attitude* terhadap *saving behavior*. Tingkat signifikansi ditentukan pada level 5% atau 0,05 (Maria Florensa et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel penelitian merupakan proses menerjemahkan konsep abstrak atau teori ke dalam bentuk variabel yang dapat diukur secara empiris dan kuantitatif melalui indikator-indikator yang jelas dan terstruktur. Tujuan utama dari operasionalisasi ini adalah agar setiap variabel dalam penelitian dapat dijelaskan, diamati, dan diukur secara objektif, sehingga mendukung keandalan dan validitas penelitian. Dalam konteks penelitian ini, operasionalisasi sangat penting karena variabel-variabel yang digunakan, seperti *financial literacy*, *financial attitude*, dan *saving behavior*, merupakan konsep-konsep yang bersifat psikologis dan perilaku yang tidak dapat diukur secara langsung tanpa adanya indikator yang tepat (Manajerial et al., 2023).

Dalam artikel ini, terdapat tiga variabel utama yang dioperasionalisasikan,

yaitu *financial literacy* (X1), *financial attitude* (X2), dan *saving behavior* (Y). Variabel *financial literacy* diukur dengan indikator seperti pemahaman terhadap pengelolaan utang, investasi, perencanaan anggaran, serta produk dan layanan perbankan digital. Sementara itu, variabel *financial attitude* dioperasionalisasikan melalui indikator yang mencakup pengendalian diri dalam pengeluaran, penetapan tujuan keuangan, kebiasaan menabung, hingga kepatuhan terhadap rencana pengeluaran bulanan. Adapun *saving behavior* diukur berdasarkan kebiasaan responden dalam menyisihkan pendapatan secara rutin, merencanakan kebutuhan masa depan, dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Keseluruhan indikator tersebut digunakan untuk menyusun instrumen kuesioner berbasis skala *Likert* (Putri & Andayani, 2024).

Melalui proses operasionalisasi yang cermat, penelitian ini mampu mengukur hubungan antar variabel secara valid dan reliabel. Setiap item pernyataan dalam kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan uji statistik (seperti uji validitas korelasi dan uji reliabilitas *Cronbach's Alpha*, yang menunjukkan bahwa semua indikator valid dan reliabel untuk mengukur masing-masing variabel.

Dengan demikian, operasionalisasi dalam penelitian ini telah dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa setiap konstruk teoritis dapat diinterpretasikan dalam bentuk data kuantitatif yang mendukung analisis lebih lanjut melalui regresi linier berganda (Putri & Andayani, 2024).

Tabel 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Nomor Butir Pernyataan
Financial Literacy (X1)	Menurut (Vieira et al., 2020) <i>financial literacy</i> adalah tingkat pemahaman mahasiswa terhadap konsep dasar keuangan seperti pengelolaan utang, investasi, perencanaan anggaran, serta produk dan layanan perbankan digital, yang dapat diukur melalui tingkat pengetahuan dan pemahaman responden terhadap instrumen keuangan.	1. Pemahaman Produk Keuangan	1. Fitur <i>Seabank</i>	Ordinal	1
		2. Pengelolaan Keuangan Digital	2. Beda Produk	Ordinal	2
		3. Literasi Risiko dan Keamanan	3. Kelola Saldo	Ordinal	3
		4. Pemahaman Informasi Keuangan	4. Risiko Digital	Ordinal	4
		5. Pengelolaan Keuangan Digital	5. Info Keuangan	Ordinal	5
		6. Literasi Risiko dan Keamanan	6. Atasi Teknis	Ordinal	6
		7. Pemahaman Produk Keuangan	7. Jaga Keamanan	Ordinal	7
		8. Literasi Risiko dan Keamanan	8. Bandingkan Fitur	Ordinal	8
		9. Kepercayaan Diri Finansial	9. Transaksi Mencurigakan	Ordinal	9
		10. Kepercayaan Diri Finansial	10. Percaya Diri	Ordinal	10
Financial Attitude (X2)	Menurut (Vieira et al., 2020) <i>financial attitude</i> merupakan sikap individu terhadap pengelolaan keuangan pribadi yang mencakup pengendalian diri	1. Sikap Terhadap Menabung Digital	1. Nyaman Menabung	Ordinal	1
		2. Keyakinan pada Efektivitas	2. Kelola Lebih Baik	Ordinal	2
		3. Sikap Terhadap	3. Aman Digital	Ordinal	3
	dalam pengeluaran, perencanaan keuangan jangka panjang, preferensi menabung dibanding konsumsi.	4. Menabung Digital	4. Bantu Tujuan Keuangan	Ordinal	4
		5. Sikap terhadap Teknologi	5. Positif Teknologi	Ordinal	5
		6. Sikap Terhadap Menabung Digital	6. Tepat untuk Masa Depan	Ordinal	6
		7. Pengendalian Diri Finansial	7. Hindari Boros	Ordinal	7
		8. Sikap Terhadap Menabung Digital	8. Disiplin Menabung	Ordinal	8
		9. Keyakinan pada Efektivitas	9. Efisien	Ordinal	9
		10. Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku	10. Pengaruh Sikap	Ordinal	10

Saving Behavior (Y)	Menurut (Vieira et al., 2020) <i>saving behavior</i> mengacu pada perilaku individu dalam menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung dengan tujuan tertentu di masa depan, yang ditunjukkan melalui kebiasaan menabung rutin, memiliki tujuan keuangan, menghindari pengeluaran tidak penting	1. Kebiasaan Menabung	1. Rutin Menabung	Ordinal	1
		2. Kebiasaan Menabung	2. Fitur Otomatis	Ordinal	2
		3. Monitoring dan Evaluasi	3. Pantau Saldo	Ordinal	3
		4. Motivasi Menabung	4. Termotivasi Menabung	Ordinal	4
		5. Kebiasaan Menabung	5. Gunakan Pengingat	Ordinal	5
		6. Capaian Target	6. Capai Target	Ordinal	6
		7. Kebiasaan Menabung	7. Tepat Jadwal	Ordinal	7
		8. Monitoring dan Evaluasi	8. Analisis Keuangan	Ordinal	8
		9. Disiplin dan Konsistensi	9. Disiplin Kelola Uang	Ordinal	9
		10. Disiplin dan Konsistensi	10. Konsisten Menabung	Ordinal	10

B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Semua jawaban yang diterima dari hasil pembagian kuesioner kepada responden diuji keakuratan dan keandalannya menggunakan bantuan aplikasi *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 25. Secara ringkas hasil analisis *validitas* tampak pada Tabel 1, Tabel 2 dan Tabel 3 (Apriadi et al., 2024).

Tabel 2 Ringkasan Hasil Uji Validitas Financial Literacy (X1)

Variabel	Indikator	Nilai Koefisien Korelasi		Kesimpulan
		Nilai Sig.	5%	
X1	X1.1	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X1.2	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X1.3	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X1.4	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X1.5	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X1.6	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X1.7	0,001	0,05	Item Pernyataan Valid
	X1.8	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X1.9	0,003	0,05	Item Pernyataan Valid
	X1.10	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan *output* uji validitas yang disajikan pada tabel diatas, dapat dilihat variabel *Financial Literacy (X1)* diketahui bahwa instrumen per masing-masing indikator penelitian dinyatakan semua

indikator penelitian dinyatakan valid dikarenakan nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu pada variabel (X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, X1.5, X1.6, X1.7, X1.8, X1.9, X1.10).

Tabel 3 Ringkasan Hasil Uji Validitas
Financial Attitude (X2)

Variabel	Indikator	Nilai Koefisien Korelasi		Kesimpulan
		Nilai Sig.	5%	
X2	X2.1	0,004	0,05	Item Pernyataan Valid
	X2.2	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X2.3	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X2.4	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X2.5	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X2.6	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X2.7	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X2.8	0,016	0,05	Item Pernyataan Valid
	X2.9	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	X2.10	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan *output* uji validitas yang disajikan pada tabel diatas, dapat dilihat variabel *Financial Attitude (X2)* diketahui bahwa instrumen per masing-masing indikator penelitian dinyatakan semua indikator penelitian dinyatakan valid dikarenakan nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu pada variabel (X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, X2.5, X2.6, X2.7, X2.8, X2.9, X2.10).

Tabel 4 Ringkasan Hasil Uji Validitas
Saving Behavior (Y)

Variabel	Indikator	Nilai Koefisien Korelasi		Kesimpulan
		Nilai Sig.	5%	
Y	Y1.1	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	Y1.2	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	Y1.3	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	Y1.4	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	Y1.5	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	Y1.6	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	Y1.7	0,034	0,05	Item Pernyataan Valid
	Y1.8	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	Y1.9	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid
	Y2.10	0,000	0,05	Item Pernyataan Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan *output* uji validitas yang disajikan pada tabel diatas, dapat dilihat variabel *Saving Behavior (Y)* diketahui bahwa instrumen per masing-masing indikator penelitian dinyatakan semua indikator penelitian dinyatakan valid dikarenakan nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu pada variabel (Y1.1, Y1.2, Y1.3, Y1.4, Y1.5, Y1.6, Y1.7, Y1.8, Y1.9, Y1.10). Kemudian dilanjutkan dengan analisis reliabilitas yang disajikan pada Tabel 4, Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas
Financial Literacy (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.630	10

Sumber: Hasil *Output Software IBM SPSS 25* (2025)

Tabel 6 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas
Financial Attitude (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.726	10

Sumber: Hasil *Output Software IBM SPSS 25* (2025)

Tabel 7 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas
Saving Behavior (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.615	10

Sumber: Hasil *Output Software IBM SPSS 25* (2025)

Uji ini dilakukan setelah uji validitas, dan yang di uji haruslah valid. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, pengujian reliabilitas dilakukan dengan kriteria sebagai berikut, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka reliabel dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka tidak reliabel. Berdasarkan tabel diatas yang sudah diolah melalui *IBM SPSS Versi 25*, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *Financial Literacy (X1)* 0,630, variabel *Financial Attitude (X2)* 0,726, dan variabel *Saving Behavior (Y)* 0,615 dimana nilai *Cronbach's Alpha*

dibawah lebih besar dari 0,60 dan artinya variabel dinyatakan reliabel.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa estimasi persamaan regresi yang diperoleh akurat, tidak bias, dan konsisten. Hasil uji asumsi klasik dengan uji normalitas tertera pada Tabel 7.

Tabel 8 Ringkasan Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57659532
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.053
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil *Output Software IBM SPSS 25* (2025)

Berdasarkan Tabel 8 diatas, hasil *output SPSS* memperoleh nilai signifikasi sebesar 0,200 yang berarti nilai distribusi $0,200 > 0,05$ maka nilai distribusi yang dihasilkan dinyatakan normal. Kemudian hasil uji asumsi klasik dengan uji multikolinearitas tertera pada Tabel 8.

**Tabel 9 Ringkasan Hasil Uji
Multikolinearitas**

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	8.108	3.949		2.053	.043		
	Financial Literacy	.318	.103	.306	3.101	.003	.689	1.451
	Financial Attitude	.468	.100	.462	4.685	.000	.689	1.451

a. Dependent Variable: Saving Behavior

Sumber: Hasil *Output Software IBM SPSS 25* (2025)

Berdasarkan Tabel 9 diatas, diketahui bahwa nilai tolerance adalah 0,689 dan VIF adalah 1,451. Dari hasil ini dimana nilai *tolerance* lebih besar dari 0,100 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan nilai regresi tersebut tidak terjadi mulikolonearitas antar variabel bebas dan layak untuk dipakai. Hasil uji asumsi klasik dengan uji heteroskedastisitas tertera pada Tabel 9.

**Tabel 10 Ringkasan Hasil Uji
Heteroskedastisitas**

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.543	2.545		1.785	.078
	Financial Literacy	.031	.061	.065	.500	.618
	Financial Attitude	-.090	.064	-.182	-1.408	.163

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil *Output Software IBM SPSS 25* (2025)

Uji heteroskedastisitas awal menunjukkan bahwa variabel Financial

Literacy memiliki nilai signifikansi sebesar 0,025 ($< 0,05$), menandakan adanya indikasi heteroskedastisitas. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, peneliti melakukan penyembuhan menggunakan transformasi residual absolut (ABS_RES). Setelah penyembuhan dilakukan, nilai signifikansi Financial Literacy meningkat menjadi 0,618 dan Financial Attitude menjadi 0,163, keduanya berada di atas 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah terbebas dari masalah heteroskedastisitas dan memenuhi salah satu syarat asumsi klasik regresi linear.

D. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 11 Ringkasan Hasil Uji Regresi
Linear Berganda**

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	8.108	3.949		2.053	.043		
	Financial Literacy	.318	.103	.306	3.101	.003	.689	1.451
	Financial Attitude	.468	.100	.462	4.685	.000	.689	1.451

a. Dependent Variable: Saving Behavior

Sumber: Hasil *Output Software IBM SPSS 25* (2025)

Berdasarkan tabel 11 diatas, hasil analisis regresi linier berganda maka diperoleh persamaan sebagai berikut, $Y = 8,108 + 0,318 X_1 + 0,468 X_2$. Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai constant sebesar 8,108 menunjukkan bahwa jika variabel X1 dan X2 sama dengan nol maka Y bernilai 8,108 data asumsi.
2. Koefisien regresi X1 sebesar 0,318 menunjukkan bahwa apabila X1 mengalami peningkatan, maka Y akan meningkat sebesar 0,318.
3. Koefisien regresi X2 sebesar 0,468 menunjukkan bahwa apabila X2 mengalami peningkatan, maka Y akan meningkat sebesar 0,468.

Pembahasan

1. Pengaruh Financial Literacy terhadap Saving Behavior

Financial literacy atau literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan pengetahuan keuangan untuk membuat keputusan yang efektif dalam pengelolaan keuangan pribadi. Dalam konteks mahasiswa, literasi keuangan sangat penting karena mereka mulai bertransisi ke fase dewasa yang ditandai dengan tanggung jawab finansial lebih besar, termasuk mengelola uang saku, kebutuhan hidup, dan bahkan pendapatan tambahan. Dalam penelitian ini, *financial literacy* terbukti memiliki pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,003 ($< 0,05$) dan koefisien regresi sebesar

0,318. Ini berarti bahwa peningkatan pemahaman keuangan sebesar satu satuan akan meningkatkan perilaku menabung sebesar 0,318 satuan. Temuan ini mendukung studi (Vieira et al., 2020), yang menyatakan bahwa *financial literacy* dapat mendorong individu untuk mengambil keputusan finansial yang bijaksana seperti menyalurkan dana untuk tabungan, investasi, atau dana darurat. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memahami pentingnya menyalurkan uang sebelum digunakan untuk kebutuhan konsumsi, memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, serta memiliki kesadaran akan pentingnya perencanaan masa depan. Hal ini selaras dengan konsep *saving behavior* yang berorientasi pada masa depan. Selain itu, literasi keuangan juga membantu mahasiswa dalam mengevaluasi fitur-fitur dan manfaat dari layanan bank digital seperti *SeaBank*. Mereka yang memiliki literasi tinggi akan lebih berhati-hati dan strategis dalam menggunakan fitur-fitur keuangan digital, termasuk memilih akun tabungan, memahami bunga, serta memanfaatkan program *cashback* atau reward secara efisien (Vieira et al., 2020).

2. Pengaruh Financial Attitude terhadap Saving Behavior

Financial attitude mengacu pada sikap, keyakinan, dan nilai seseorang terhadap uang dan pengelolaan keuangan. Dalam penelitian ini, *financial attitude* memiliki pengaruh yang lebih kuat dibanding *financial literacy* terhadap *saving behavior*, dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,468. Sikap keuangan yang positif mencerminkan perilaku individu yang cenderung disiplin dalam pengeluaran, memiliki kontrol diri yang baik, menetapkan tujuan keuangan jangka pendek maupun panjang, dan memilih untuk menabung daripada konsumtif. Hasil ini mendukung temuan dari (Riska Firdatus Samadiyah et al., 2024) yang menyatakan bahwa sikap keuangan yang sehat sangat berperan dalam membentuk perilaku menabung secara rutin. Dalam konteks pengguna bank digital, sikap positif terhadap keuangan juga menentukan bagaimana mahasiswa merespons fitur-fitur aplikasi. Meskipun aplikasi seperti *SeaBank* menyediakan berbagai kemudahan transaksi, sikap keuangan yang baik akan mendorong pengguna untuk tetap disiplin dalam menabung, misalnya dengan menyisihkan dana begitu menerima

uang saku atau penghasilan tambahan melalui fitur auto-debit, atau tidak tergoda untuk konsumsi berlebih karena kemudahan akses belanja daring melalui integrasi aplikasi seperti Shopee (Riska Firdatus Samadiyah et al., 2024).

3. Interaksi Kedua Variabel dan Implikasinya

Kedua variabel ini secara simultan berkontribusi dalam membentuk *saving behavior* mahasiswa. Walaupun pengetahuan sangat penting, namun tanpa sikap yang mendukung, pengetahuan tersebut tidak serta merta menghasilkan perilaku yang diinginkan. Sebaliknya, sikap positif terhadap keuangan yang tidak disertai dengan pemahaman yang baik juga berisiko menimbulkan keputusan finansial yang kurang tepat. Maka, peran keduanya sangat penting: literasi keuangan memberikan landasan pengetahuan, sedangkan *financial attitude* mendorong motivasi dan komitmen untuk bertindak sesuai dengan pengetahuan tersebut. Integrasi keduanya akan menghasilkan perilaku finansial yang sehat, seperti menyisihkan pendapatan, menghindari hutang konsumtif, serta membangun dana darurat dan perencanaan keuangan jangka panjang. Kombinasi antara pemahaman keuangan yang baik dan sikap keuangan

yang positif akan membentuk perilaku menabung yang lebih kuat dan konsisten. Kedua faktor ini tidak bisa dipisahkan. Individu dengan literasi yang tinggi tetapi tanpa sikap yang mendukung akan tetap kesulitan menabung, begitu juga sebaliknya. Implikasinya, dalam mengedukasi mahasiswa agar memiliki perilaku keuangan yang sehat, tidak cukup hanya memberikan pelatihan mengenai konsep keuangan, tetapi juga penting untuk membentuk sikap yang mencerminkan nilai-nilai hemat, tanggung jawab, dan perencanaan keuangan (Putri & Andayani, 2024)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* dan *financial attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *saving behavior* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Kebangsaan Republik Indonesia yang menjadi pengguna aktif *SeaBank*. Di antara kedua variabel tersebut, *financial attitude* memiliki pengaruh yang lebih dominan, menunjukkan bahwa sikap individu terhadap pengelolaan keuangan seperti kedisiplinan dalam menabung, kontrol pengeluaran, dan perencanaan keuangan

berperan besar dalam membentuk kebiasaan menabung. Di sisi lain, pemahaman yang memadai terhadap konsep keuangan dasar juga terbukti berkontribusi dalam mendukung perilaku menabung yang sehat. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan perilaku menabung di kalangan mahasiswa tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan keuangan semata, tetapi juga oleh internalisasi nilai dan sikap terhadap pengelolaan keuangan yang baik.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, ruang lingkup penelitian hanya terbatas pada mahasiswa Program Studi Manajemen UKRI yang menggunakan aplikasi *SeaBank*, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasi ke populasi mahasiswa secara lebih luas, termasuk mahasiswa dari program studi lain atau pengguna bank digital lainnya. Kedua, penggunaan metode kuantitatif melalui kuesioner daring berisiko menimbulkan bias persepsi, terutama apabila responden memberikan jawaban sosial yang dianggap “ideal” namun belum tentu mencerminkan perilaku nyata. Selain itu, penelitian ini bersifat *cross-sectional*, sehingga tidak dapat menangkap perubahan perilaku

keuangan mahasiswa dalam jangka panjang atau dalam situasi ekonomi yang berbeda.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diidentifikasi, disarankan agar peneliti selanjutnya melakukan pengembangan penelitian dengan lingkup yang lebih luas, baik dari sisi populasi responden (misalnya lintas universitas atau generasi) maupun dengan menambahkan variabel lain seperti *financial self-efficacy*, *peer influence*, atau *digital financial behavior* yang relevan dengan konteks penggunaan layanan keuangan digital. Selain itu, pendekatan campuran kuantitatif dan kualitatif dapat digunakan untuk menggali lebih dalam mengenai sikap dan motivasi mahasiswa dalam menabung. Bagi pihak *SeaBank*, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan strategis untuk mengembangkan program edukasi finansial dalam aplikasi, seperti fitur pelatihan keuangan atau *reminder* otomatis menabung, yang bertujuan memperkuat literasi dan membentuk kebiasaan keuangan yang positif di kalangan pengguna muda

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, D. (2022). WORKLOAD ANALYSIS USING THE FULL TIME EQUIVALENT (FTE) METHOD TO OPTIMIZE THE WORKFORCE OF THE LEGAL SETTLEMENT UNIT AND ITS SUPPORTING UNIT PT TELKOM INDONESIA (PERSERO) TBK. *Jurnal Ekonomi*, 11(01). <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Apriadi, D., Lucky, M. P., Budi Lestari, E., Yuniarti Utami, E., Kebangsaan Republik Indonesia, U., & Sunan Kalijaga Yogyakarta, U. (2024). *PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PERUSAHAAN TAMBANG BATUBARA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA* (Vol. 08, Issue 02).
- GoodStats. (2022). *10 Bank Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia* 2022. <https://goodstats.id/article/10-bank-digital-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-HINLw>
- Khatib Sulaiman, J., Fitriana, D., Kurniawan, D., & Sriwijaya, U.

- (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan Bank Digital SeaBank menggunakan Modifikasi UTAUT2 dengan Security, Privacy, dan Trust. *Indonesian Journal of Computer Science Attribution*, 12(6), 2023–3986.
- Manajerial, J., Kewirausahaan, D., Anastasya, A., Pamungkas, A. S., & Korespondensi, P. (2023). *PENGARUH FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL ATTITUDE, DAN SELF CONTROL TERHADAP SAVING BEHAVIOR*. 05(02), 343–352.
- Maria Florensa, Andreas Rengga, & Konstantinus Pati Sanga. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(4), 210–234. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i4.339>
- Paryati, R., Prameswari, G., Christina, V., Artikel, I., & Kunci, K. (2021). *Pengaruh Penekanan Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Dengan Locus of Control Sebagai Variabel Moderasi di Universitas Widyatama*. www.dikti.go.id
- Puspadewi, A., Fadila, C. N., Hanifah, M., & Hasanah, N. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Fitur Teknologi Finansial terhadap Keputusan Penggunaan Bank Digital Seabank*. 3.
- Putri, J. N., & Andayani, S. (2024). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, dan Financial Self-Efficacy Terhadap Saving Behavior Pengguna Paylater*.
- Riska Firdatus Samadiyah, N., Nersiwad, N., & Verlandes, Y. (2024). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude dan Self Control terhadap Perilaku Menabung Siswa Kelas XI SMAN 1 Wringinanom. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(3), 150–163. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.469>
- Sari, E. I., Fazizah, A., Sos, S., & Ab, M. (2024). " FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN LAYANAN BANK DIGITAL SEA BANK " (STUDI PADA GENERASI Z PENGGUNA APLIKASI SHOPEE). In *Jurnal Ekonomi Revolusioner* (Vol. 7, Issue 8).

Tiffani, I. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital*. 22.

Vieira, K. M., Moreira Júnior, F. D. J., & Potrich, A. C. G. (2020). Measuring financial literacy: proposition of an instrument based on the Item Response Theory. *Ciência e Natura*, 42, e38.
<https://doi.org/10.5902/2179460x398>
64