

Financial Literacy dan Usage of E-Payment: Peran Spending Behavior Terhadap Financial Well-Being pada Young Adults

Jihan Salsabila Khairunnisa^{1*}, Umi Widyastuti², Diena Noviarini³

Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta^{1,2,3}

*Email Korespondensi: jihansalsss1707@gmail.com

Diterima: 25-07-2025 | Disetujui: 01-08-2025 | Diterbitkan: 03-08-2025

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of financial literacy and usage of e-payment on financial well-being, with spending behavior as a mediating variable among young adults in the Jabodetabek area. Financial literacy in this study includes aspects of financial knowledge, attitude, and behavior, while usage of e-payment is analyzed based on frequency, types of transactions, convenience, and perceived benefits. Spending behavior is categorized into responsible and irresponsible spending, which serves to bridge the relationship between financial literacy and financial well-being. This research employs a quantitative approach using a survey method through an online questionnaire, and is analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) techniques. The results show that financial literacy and usage of e-payment have a positive and significant effect on financial well-being, both directly and through spending behavior as a mediator.

Keywords: *financial literacy, financial well-being, spending behavior, usage of e-payment, young adults*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh financial literacy dan usage of e-payment terhadap financial well-being, dengan spending behavior sebagai variabel mediasi pada kelompok young adults di wilayah Jabodetabek. Financial literacy dalam studi ini mencakup aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku finansial, sementara usage of e-payment dianalisis dari frekuensi, jenis transaksi, kemudahan, dan manfaat yang dirasakan. Spending behavior dibedakan menjadi perilaku pengeluaran yang bertanggung jawab dan tidak bertanggung jawab, yang berperan dalam menjembatani hubungan antara literasi keuangan dan kesejahteraan finansial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner online, dan dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial literacy dan usage of e-payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial well-being, baik secara langsung maupun melalui spending behavior sebagai mediator.

Kata Kunci: *financial literacy, financial well-being, spending behavior, usage of e-payment, young adults*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Jihan Salsabila Khairunnisa, Umi Widyastuti, & Diena Noviarini. (2025). Financial Literacy dan Usage of E-Payment: Peran Spending Behavior Terhadap Financial Well-Being pada Young Adults. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 3(1), 270-286. <https://doi.org/10.62710/701xet88>

PENDAHULUAN

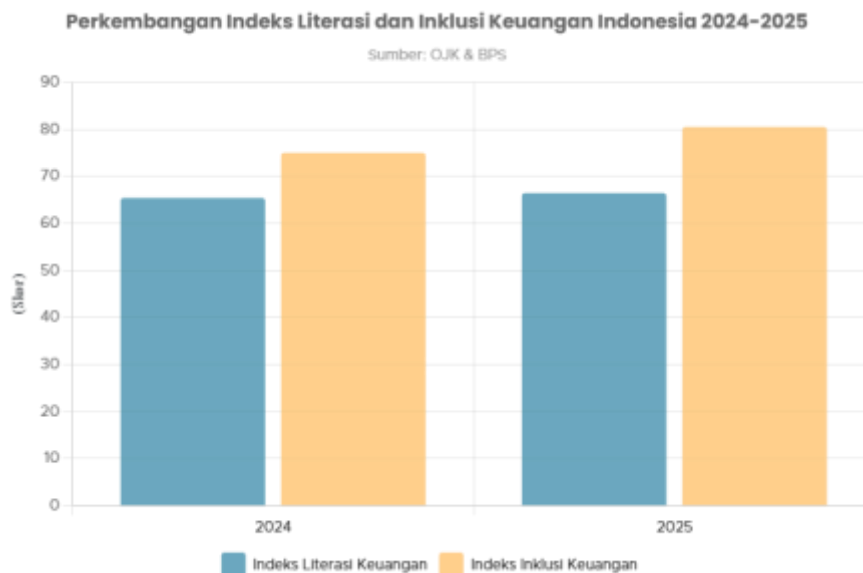
Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap sistem pembayaran secara global. Transformasi menuju penggunaan pembayaran transaksi elektronik atau *usage of e-payment* semakin pesat seiring penetrasi smartphone dan infrastruktur digital yang berkembang. Dimana nilai transaksi *usage of e-payment* di Indonesia diperkirakan mencapai USD 70,1 miliar pada tahun 2025, menjadikannya pasar terbesar di Asia Tenggara (Siahaan, 2025). Dengan *platform* seperti GoPay, OVO, Dana, dan ShopeePay semakin mendominasi transaksi harian generasi muda, seiring meningkatnya preferensi terhadap kenyamanan dan efisiensi pembayaran digital.



Gambar 1. Metode Pembayaran yang Paling Banyak digunakan di Indonesia

Sumber: data.goodstats.id

Digitalisasi transaksi telah mengubah cara masyarakat mengakses dan mengelola uang sehari-hari. Secara ideal, peningkatan adopsi *e-payment* ini diharapkan berjalan seiring dengan peningkatan literasi keuangan, sehingga pengguna dapat mengambil keputusan keuangan yang rasional dan berdampak positif pada *financial well-being*. Namun, fenomena aktual menunjukkan adanya kesenjangan (Yonatan, 2025). Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan terbaru pada tahun 2025, tingkat literasi keuangan nasional baru mencapai 66,46%, sedangkan indeks inklusi keuangan sebesar 80,51% dengan selisih capaian sebesar 14,05%. Hal ini menunjukkan bahwa banyak masyarakat, telah memiliki akses ke layanan keuangan digital tanpa pemahaman yang memadai tentang pengelolaannya terus bertambah setiap tahunnya, dengan selisih capaian pada tahun 2025 yang bertambah sebesar 4,46% dibandingkan tahun 2024.



Gambar 2. Perkembangan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan 2024-2025

Sumber: data.goodstats.id

Kesenjangan ini bisa berdampak pada munculnya *spending behavior* yang kurang bijak. *Financial literacy* memiliki korelasi kuat dengan perilaku yang mencerminkan *financial behavior* dimana responden dengan tingkat literasi keuangan di atas median mengaku membelanjakan lebih sedikit dari pendapatan mereka sebanyak 53% dibandingkan hanya 35% pada kelompok dengan literasi rendah dan memiliki dana darurat untuk tiga bulan ke depan sebanyak 65% dibandingkan 42% pada kelompok dengan literasi rendah (Lin et al., 2022). Temuan ini diperkuat oleh penelitian Young Invincibles, yang menunjukkan bahwa kelompok usia 18–25 tahun berada dalam kondisi risiko finansial tinggi akibat pendapatan yang tidak stabil, pengalaman finansial terbatas, beban utang yang tinggi, gaya hidup, dan rendahnya kemampuan mengelola keuangan (Eckel, 2022).



Gambar 3 Hubungan *Financial Literacy* dengan *Financial Behavior* Individu

Sumber: finrafoundation.org

Berdasarkan fenomena tersebut, terlihat bahwa kemudahan *usage of e-payment* yang belum disertai kesiapan *financial literacy*, dan kurangnya kontrol yang baik terhadap *spending behavior*, dapat menyebabkan *usage of e-payment* justru dapat memperburuk kondisi *financial well-being*. Melihat celah

ini, penelitian ini menjadi penting untuk menganalisis bagaimana *spending behavior* berperan sebagai variabel mediasi antara *financial literacy* dan *usage of e-payment* dalam mempengaruhi *financial well-being* pada *young adults*.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama tujuh bulan, sejak bulan Januari hingga bulan Juli 2025. Periode tersebut dianggap efektif oleh peneliti untuk menjalankan seluruh tahapan penelitian secara optimal, mulai dari penyusunan rencana hingga proses pengolahan data, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang relevan.

Lokasi penelitian ini dilakukan di wilayah Jabodetabek, mengingat karakteristik populasi yang sesuai dengan fokus studi, yaitu *young adults* dengan latar belakang urban. Tempat ini dipilih karena dianggap representatif untuk mengeksplorasi perilaku keuangan dan penggunaan *e-payment* dalam kehidupan sehari-hari.

Desain Penelitian

Desain metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan eksploratif penelitian, yakni mengidentifikasi hubungan antara *financial literacy*, *usage of e-payment*, *spending behavior*, dan *financial well-being* pada kalangan *young adults*. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dalam format Google Form, sehingga memudahkan akses responden secara digital dan mempercepat proses pengumpulan data.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aktif *e-payment* yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta, Kota Bekasi, Kabupaten Bekasi, Kota Depok, Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Kota Bogor. Kawasan ini dipilih karena memiliki karakteristik urban yang sesuai dengan fokus penelitian, Tingginya penetrasi berbagai layanan *financial technology* di kawasan tersebut, menjadikan calon responden cenderung memiliki pengalaman yang relevan dalam menggunakan *e-payment*, menjadikannya representatif untuk penelitian ini.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 135 responden. Jumlah ini dianggap memadai untuk merepresentasikan populasi *young adults* di wilayah Jabodetabek yang aktif menggunakan layanan *e-payment*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisa *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS), software yang digunakan ialah SmartPLS versi 4. *Partial Least Square* (PLS)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Hasil Uji Common Method Bias

Tabel 1 Hasil Uji Common Method Bias

	VIF
FL -> SB	1,573
SB -> FWB	1,000
UOEP -> SB	1,573

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Hasil pengujian Common Method Bias (CMB) dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan Full Collinearity Assessment menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Berdasarkan hasil analisis melalui SmartPLS, seluruh nilai VIF antar konstruk berada di bawah ambang batas 3,3 yang ditetapkan oleh Kock (2015), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi bias metode umum dalam model penelitian ini.

Nilai VIF untuk hubungan antara variabel Financial Literacy terhadap Spending Behavior adalah sebesar 1,573, sedangkan Usage of E-Payment terhadap Spending Behavior juga menunjukkan nilai VIF sebesar 1,573. Adapun hubungan Spending Behavior terhadap Financial Well-Being memiliki nilai VIF paling rendah, yaitu 1,000. Seluruh nilai ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas yang ekstrem antar konstruk, dan bahwa pengaruh antar variabel dalam model dapat dianggap valid serta bebas dari bias pengukuran akibat metode survei yang digunakan.

Analisis Inner Model

Menurut Hair et al. (2021), analisis *inner model* atau model perhitungan merupakan analisis yang berfokus pada melihat hubungan antar variabel laten. Tujuan dari analisis adalah mengevaluasi kekuatan hubungan antar variabel dan menguji signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya (Hair et al., 2021).

R-Square (R^2)

Berdasarkan pernyataan Hair et al., (2021), nilai *r-square* berkisar diantara 0 hingga 1 yang menunjukkan proporsi varians pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh konstruk independennya atau dalam kata lain menunjukkan kekuatan atau besaran pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Jika nilai *r-square* menunjukkan nilai yang berkisar antara 0,25 – 0,50 artinya lemah, jika menunjukkan nilai yang berkisar antara 0,50 – 0,75 artinya moderat, sedangkan jika menunjukkan nilai > 0,75 artinya kuat (Hair et al., 2021).

Tabel 2 R-Square

	R-Square
<i>Financial Well-Being</i>	0,389
<i>Spending Behavior</i>	0,548

Sumber: Data diolah peneliti dengan SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel, nilai R-Square untuk variabel *financial well-being* sebesar 0,389 mengindikasikan bahwa 38,9% variasi dalam persepsi kesejahteraan finansial responden dapat dijelaskan oleh variabel-variabel eksogen dalam model. Sedangkan R-Square untuk *spending behavior* sebesar 0,548 menunjukkan 54,8% variasi dalam perilaku menabung dijelaskan oleh variabel-variabel eksogen. Menurut pedoman Chin (1998), R-Square antara 0,25–0,50 dikategorikan moderat, demikian pula rentang 0,50–0,75. Dengan demikian, kedua nilai R-Square ini menunjukkan kemampuan prediktif model yang cukup baik untuk menjelaskan variabilitas Financial Well-Being dan Spending Behavior.

F-Square (F^2)

Berdasarkan pernyataan Hair et al. (2021), nilai *f-square* menunjukkan besar ukuran suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen, dengan ketentuan nilai *f-square* < 0,02 artinya kecil, nilai *f-square* ≥ 0,2 dan < 0,15 artinya sedang, dan jika nilai *f-square* ≥ 0,15 artinya besar.

Tabel 3 *F-Square*

	FWB	SB
FL		0,204
SB	0,636	
UOEP		0,279

Sumber: Data diolah peneliti dengan SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel dapat kita lihat nilai *f-square* pada setiap variabel eksogen terhadap variabel endogen. Dapat disimpulkan beberapa hal, yakni financial literacy memiliki nilai *f-square* sebesar 0,204 terhadap *spending behavior*, artinya kontribusinya termasuk dalam kategori sedang. Begitu pula usage of e-payment dengan *f-square* sebesar 0,279 terhadap *spending behavior*, juga tergolong sedang. Sementara itu, *Spending Behavior* memberikan efek yang sangat kuat terhadap *Financial Well-Being* dengan *f-square* sebesar 0,636, masuk dalam kategori besar..

VIF

Berdasarkan pernyataan Hair et al. (2021), VIF menunjukkan besar varians dari estimasi koefisien regresi meningkat karena adanya multikolinearitas pada variabel independen. Jika nilai VIF > 5 mengindikasikan terjadinya masalah multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF < 5 artinya indikator pada variabel independen sudah baik dan tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Tabel 4 VIF

	VIF
FL1	2,072
FL2	2,052
FL3	1,796
FL4	1,878
FL5	2,012
FL6	1,748

	VIF
FL1	2,072
FL8	1,865
FWB1	1,978
FWB2	1,666
FWB3	1,556
FWB4	1,993
FWB5	2,371
FWB6	2,039
SB1	1,454
SB2	1,795
SB4	1,780
SB5	1,740
SB6	1,364
UOEP2	2,599
UOEP3	2,344
UOEP4	1,981
UOEP5	1,741
UOEP6	1,888
UOEP7	1,797

Sumber: Data diolah peneliti dengan SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 4. dapat kita lihat nilai VIF pada setiap indikator variabel. Dapat disimpulkan bahwa setiap indikator variabel memiliki nilai VIF < 5 yang berarti tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Berdasarkan pernyataan Hair et al. (2021), uji hipotesis merupakan analisis yang berfokus pada melihat signifikansi pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dengan tujuan untuk menjelaskan suatu fenomena yang sudah diduga sementara sebelumnya atau sudah dihipotesiskan. Hasil uji hipotesis menjawab pernyataan permasalahan dan memenuhi tujuan penelitian. Uji hipotesis dilakukan melalui proses *Bootstrapping* dan dilihat melalui nilai pada koefisien jalur yang umumnya berfokus pada nilai *t-statistics* dan *p-values* (Hair et al., 2021).

Direct Effect

Berdasarkan hasil olah data menggunakan metode PLS-SEM, dilakukan analisis *bootstrapping* untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel dalam model penelitian, untuk masing-masing hubungan, sebagai berikut:

Tabel 5 Path Coefficient

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T-Statistics	P-Values	Keterangan
FL -> SB	0.401	0.413	0.154	2.608	0.009	H1 Diterima
UOEP -> SB	0.393	0.368	0.157	2.498	0.013	H2 Diterima
SB -> FWB	0.589	0.582	0.121	4.859	0.000	H3 Diterima

Sumber: Data diolah peneliti dengan SmartPLS 4.0

Berdasarkan hasil uji hipotesis, hubungan antara *financial literacy* terhadap *spending behavior* menunjukkan nilai *t-statistics* sebesar 2,608 dan *p-values* sebesar 0,009. Mengacu pada ketentuan bahwa hipotesis diterima apabila *t-statistics* $\geq 1,96$ dan *p-values* $\leq 0,05$ (Hair et al., 2021), maka hasil ini memenuhi syarat untuk menerima hipotesis pertama (H1). Artinya, semakin tinggi tingkat *financial literacy* yang dimiliki oleh responden, cenderung semakin terencana dan bertanggung jawab pula perilaku pengeluaran mereka. Responden dengan *financial literacy* yang tinggi cenderung menetapkan anggaran, membandingkan harga, dan menghindari pembelian impulsif.

Selanjutnya, hubungan antara *usage of e-payment* terhadap *spending behavior* menunjukkan nilai *t-statistics* sebesar 2,498 dan *p-values* sebesar 0,013. Berdasarkan kriteria yang sama, hipotesis kedua (H2) juga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *e-payment* oleh responden, semakin besar kecenderungan mereka untuk menunjukkan pola pengeluaran tertentu. Kemudahan dan kecepatan transaksi digital dapat memengaruhi frekuensi pembelian dan mendorong perilaku konsumtif, terutama jika tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik.

Terakhir, hubungan antara *spending behavior* terhadap *financial well-being* menunjukkan nilai *t-statistics* sebesar 4,859 dan *p-values* sebesar 0,000. Karena nilai *t* jauh melebihi ambang batas dan *p-values* sangat kecil, maka hipotesis ketiga (H3) diterima dengan sangat kuat. Ini berarti bahwa semakin terkontrol dan bertanggung jawab perilaku pengeluaran responden, semakin tinggi pula tingkat *financial well-being* yang mereka rasakan. *Spending behavior* yang sehat berkontribusi langsung terhadap rasa aman, kepuasan finansial, dan kemampuan merencanakan masa depan secara lebih stabil.

Indirect Effect

Berdasarkan hasil olah data menggunakan metode PLS-SEM, dilakukan analisis bootstrapping untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel dalam model penelitian, untuk masing-masing hubungan. Hasil bootstrapping disajikan pada Tabel berikut

Tabel 6 Specific Indirect Effect

	Original sample	Sample mean	Standard deviation	T statistics	P values
UOEP -> SB -> FWB	0.232	0.221	0.115	2.019	0.044
FL -> SB -> FWB	0.236	0.242	0.110	2.141	0.032

Sumber: Data diolah peneliti dengan SmartPLS 4.0

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 6, hubungan tidak langsung antara *usage of e-payment* terhadap *financial well-being* melalui *spending behavior* menunjukkan nilai *t-statistics* ≥ 1.96 dan *p-values* ≤ 0.05 , maka hubungan ini signifikan secara statistik, sehingga pengaruh tidak langsung dapat diterima. Artinya, semakin tinggi *usage of e-payment*, semakin besar kecenderungan individu untuk menunjukkan pola *spending behavior* tertentu, yang pada akhirnya berdampak pada *financial well-being*. Dengan demikian, *spending behavior* berperan sebagai mediator yang menjembatani pengaruh penggunaan *e-payment* terhadap *financial well-being*.

Hubungan tidak langsung antara *financial literacy* terhadap *financial well-being* melalui *spending behavior* menunjukkan nilai *t-statistics* ≥ 1.96 dan *p-values* ≤ 0.05 , maka hubungan ini juga signifikan secara statistik, sehingga pengaruh tidak langsung dapat diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa *financial literacy* tidak hanya berdampak langsung terhadap *financial well-being*, tetapi juga secara tidak langsung melalui *spending behavior* yang lebih terencana dan bertanggung jawab. Dengan kata lain, *spending behavior* menjadi mekanisme penting yang menerjemahkan pengetahuan dan pemahaman finansial ke dalam praktik pengeluaran yang mendukung *financial well-being*.

Pembahasan

Pengaruh Financial Literacy terhadap Spending Behavior

Hasil pengujian terhadap hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *spending behavior*. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien jalur sebesar 0,401, dengan *t-statistic* sebesar 2,608 dan *p-value* 0,009, yang berarti bahwa hubungan ini valid secara statistik. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu, maka semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku pengeluaran yang terencana dan bertanggung jawab.

Kontribusi variabel *financial literacy* terhadap *spending behavior* juga tercermin dari nilai *f-square* sebesar 0,204, yang tergolong dalam kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap perilaku pengeluaran responden. Nilai *R-square* pada *spending behavior* sebesar 0,548 mengindikasikan bahwa *financial literacy*, bersama dengan *e-payment*, mampu menjelaskan lebih dari separuh variasi perilaku pengeluaran responden.

Secara deskriptif, data menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat *financial literacy* yang tinggi, dengan nilai rata-rata 5,141 dan sebaran jawaban relatif konsisten (SD 0,980). Mayoritas responden menjawab “setuju” atau “sangat setuju” terhadap indikator-indikator literasi keuangan, mencerminkan pemahaman yang kuat dalam aspek pengelolaan anggaran, pemahaman produk keuangan, dan pengambilan keputusan bijak.

Kevalidan konstruk juga terkonfirmasi melalui nilai AVE sebesar 0,568 dan nilai reliabilitas yang tinggi, seperti Cronbach’s Alpha sebesar 0,884. Hal ini memastikan bahwa indikator dalam variabel *financial literacy* mampu mengukur konsep yang dimaksud secara konsisten dan akurat.

Temuan ini sejalan dengan teori Behavioral Life-Cycle Hypothesis oleh Shefrin dan Thaler (1988), yang menyatakan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung memiliki kemampuan menahan diri dalam konsumsi dan lebih mampu mengalokasikan sumber daya secara efisien. Literasi keuangan memungkinkan individu untuk memisahkan antara keinginan jangka pendek dan tujuan keuangan jangka panjang.

Selain itu, teori Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) juga mendukung temuan ini, di mana literasi keuangan sebagai pengetahuan dan sikap menjadi salah satu determinan utama dalam membentuk niat dan perilaku aktual terhadap pengeluaran. Dimana responden yang memahami risiko dan konsekuensi finansial lebih mampu mengendalikan perilaku konsumtif.

Secara keseluruhan, hipotesis pertama mendukung bahwa penguatan literasi keuangan bukan hanya meningkatkan kemampuan teknis individu dalam mengelola uang, tetapi juga membentuk perilaku yang mendukung stabilitas dan efisiensi finansial. Oleh karena itu, edukasi finansial perlu menjadi bagian dari strategi penguatan kesejahteraan masyarakat urban, khususnya kalangan usia produktif.

Temuan ini menjadi dasar penting bagi praktisi keuangan dan pembuat kebijakan untuk menilai bahwa peningkatan *financial literacy* bukan hanya berdampak pada pemahaman, namun juga pada perilaku konsumsi secara nyata. Upaya literasi keuangan berbasis teknologi digital dan pengalaman praktis dapat semakin meningkatkan dampak positif terhadap pengelolaan pengeluaran.

Pengaruh Usage of E-Payment terhadap Spending Behavior

Hipotesis kedua menyatakan bahwa penggunaan layanan e-payment memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengeluaran. Berdasarkan hasil uji bootstrapping, diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,393, t-statistics sebesar 2,498, dan p-value sebesar 0,013. Dengan memenuhi kriteria signifikansi ($t > 1,96$ dan $p < 0,05$), maka hipotesis kedua secara statistik diterima.

Besarnya efek yang ditimbulkan oleh penggunaan e-payment terhadap perilaku pengeluaran juga terlihat dari nilai f-square sebesar 0,279, menunjukkan pengaruh yang tergolong sedang hingga kuat. Ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi digital memiliki korelasi yang cukup besar terhadap pola pengeluaran responden.

Data deskriptif memperlihatkan bahwa tingkat penggunaan e-payment sangat tinggi, dengan nilai rata-rata 5,343 dan jawaban dominan pada kategori “sangat setuju”. Responden menunjukkan preferensi tinggi terhadap layanan seperti mobile banking dan digital wallets, dengan persepsi positif terhadap kepraktisan dan kecepatan transaksi.

Validitas konstruk juga terjamin dengan nilai AVE sebesar 0,616 dan reliabilitas yang solid, seperti nilai Composite Reliability 0,891. Indikator-indikator dalam variabel ini mampu menggambarkan penggunaan e-payment secara akurat, menunjukkan bahwa responden secara aktif memanfaatkan teknologi pembayaran digital.

Secara teoretis, hasil ini dapat dijelaskan melalui Dual-Process Theory (Kahneman, 2003) dan Pain of Paying Theory (Zellmayer, 1996), yang menyebutkan bahwa pengambilan keputusan finansial dipengaruhi oleh sistem otomatis dan sistem rasional. Penggunaan e-payment dapat memicu pengeluaran impulsif melalui sistem otomatis karena mengurangi rasa “kehilangan uang” secara fisik, namun bila didampingi oleh kontrol diri dan literasi keuangan, efek negatif ini dapat diminimalisasi.

Temuan ini juga sejalan dengan Technology Acceptance Model (Davis, 1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat dari sebuah teknologi mendorong tingkat adopsi. Dalam konteks ini, penggunaan e-payment yang dianggap mudah dan efisien turut mendorong konsumen untuk meningkatkan frekuensi transaksi.

Namun demikian, meskipun penggunaan e-payment diasosiasikan dengan kemudahan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pengeluaran tetap berada dalam ranah yang terencana dan

bertanggung jawab. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna tidak sekadar memanfaatkan teknologi secara pasif, tetapi tetap menunjukkan kontrol diri dalam pengeluaran.

Dengan kata lain, tingginya penggunaan e-payment dalam konteks urban tidak serta-merta meningkatkan perilaku konsumtif secara negatif. Sebaliknya, teknologi keuangan digital menjadi instrumen yang mendukung perilaku pengeluaran sehat apabila dibarengi dengan literasi dan kesadaran finansial yang baik.

Pengaruh Spending Behavior terhadap Financial Well-Being

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa spending behavior memiliki pengaruh negatif terhadap financial well-being. Namun, hasil uji statistik menunjukkan arah sebaliknya, yakni pengaruh positif dan sangat kuat, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,589, t-statistics sebesar 4,859, dan p-value 0,000. Karena nilai t jauh di atas 1,96 dan p sangat kecil, maka hipotesis diterima secara statistik, namun dengan perlu klarifikasi arah hubungan.

Efek yang diberikan oleh spending behavior terhadap financial well-being tergolong sangat kuat, dengan nilai f-square sebesar 0,636. Nilai ini menunjukkan bahwa perilaku pengeluaran yang bertanggung jawab memberikan kontribusi besar terhadap kesejahteraan finansial seseorang, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Data deskriptif menunjukkan bahwa responden memiliki spending behavior yang baik, dengan rata-rata 5,203 dan jawaban dominan pada kategori “setuju” dan “sangat setuju”. Ini mencerminkan bahwa mayoritas responden menyeimbangkan pengeluaran dengan pendapatan, memprioritaskan kebutuhan, dan menghindari pembelian impulsif.

Financial well-being pun menunjukkan skor tinggi, dengan rata-rata 5,166, menandakan bahwa mayoritas responden merasa stabil secara finansial. Hal ini memperkuat temuan bahwa perilaku pengeluaran yang sehat sangat berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan dan keamanan finansial.

Perilaku keuangan yang bijak merupakan fondasi utama untuk mencapai kesejahteraan finansial. Individu yang mampu mengelola pengeluaran cenderung lebih tangguh dalam menghadapi tantangan finansial. Spending behavior yang positif menunjukkan tingkat kontrol yang tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan rasa puas dan sejahtera dalam aspek finansial.

Dengan demikian, arah hipotesis perlu direvisi untuk mencerminkan realitas empiris bahwa spending behavior yang responsible berpengaruh positif terhadap financial well-being. Ini menunjukkan bahwa kemampuan menahan diri dan mengatur keuangan tidak hanya menjadi cerminan kebiasaan baik, tetapi juga menjadi kunci menuju kesejahteraan finansial yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh rangkaian proses pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan selama penelitian ini, maka dapat disusun kesimpulan yang merangkum temuan dari studi berjudul “Financial Literacy dan Usage of E-Payment: Peran Spending Behavior terhadap Financial Well-Being pada Young Adults.” sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif signifikan secara langsung financial literacy terhadap spending behavior. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman responden tentang konsep

- dan produk keuangan, semakin terencana dan terkontrol pula pola pengeluaran mereka, sehingga mendorong kebiasaan pengeluaran yang lebih bertanggung jawab.
2. Terdapat pengaruh positif signifikan secara langsung *usage of e-payment* terhadap *spending behavior*. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan, kecepatan, dengan *usage of e-payment* mendorong responden untuk melakukan transaksi lebih sering. Hal ini kemungkinan besar disebabkan karena digitalisasi metode pembayaran menurunkan sensasi pain of paying, sehingga konsumen kurang menyadari besarnya uang yang keluar dan lebih rentan pada pembelian impulsif.
 3. Spending behavior berpengaruh positif signifikan terhadap *financial well-being*, sehingga hipotesis H3 yang mengasumsikan pengaruh negatif tidak terbukti; sebaliknya, pola pengeluaran yang terencana dan terkendali justru meningkatkan kesejahteraan finansial. Hasil ini menegaskan bahwa kepatuhan pada rencana anggaran dan pengeluaran bijak menjadi fondasi untuk mencapai financial well-being yang berkelanjutan.

Implikasi

Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis yang penting bagi kemajuan ilmu Behavioral Finance, khususnya dalam memahami dinamika spending behavior, terutama yang dipengaruhi oleh variabel financial literacy, usage of e-payment terhadap financial well-being. Temuan penelitian ini mendukung anggapan bahwa variabel usage of e-payment memiliki dampak yang besar terhadap spending behavior.

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur tentang digital financial literacy dan perilaku pengeluaran dengan menegaskan bahwa literasi keuangan digital berkontribusi langsung pada pembentukan spending behavior yang lebih terencana dan bertanggung jawab. Penelitian ini juga memperluas pengetahuan mengenai konsep Pain of Paying Theory dalam konteks digital dengan membuktikan bahwa usage of e-payment, melalui kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan insentif, menurunkan sensasi “rasa sakit” membayar dan pada gilirannya meningkatkan intensitas spending behavior. Dengan demikian, studi ini memberikan kerangka konseptual baru untuk memahami bagaimana metode pembayaran modern memodifikasi respons emosional konsumen dan pola pengeluaran mereka.

Lebih jauh, penelitian ini menegaskan peran vital spending behavior sebagai mediator yang menghubungkan literasi keuangan digital dan usage of e-payment dengan financial well-being. Hasilnya memperkaya model hubungan antara pengetahuan, teknologi, dan kesejahteraan finansial, sekaligus menawarkan bukti empiris bahwa kesejahteraan finansial tidak hanya dipengaruhi oleh akses atau pengetahuan semata, melainkan juga oleh praktik nyata dalam mengelola pengeluaran.

Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penyedia layanan keuangan digital, termasuk platform e-wallet, mobile banking, dan bank digital untuk mengintegrasikan modul edukasi finansial langsung ke dalam aplikasi mereka. Fitur seperti ringkasan pengeluaran otomatis, pengingat batas anggaran, serta simulasi perencanaan tabungan akan membantu pengguna young adults tidak hanya memahami cara menggunakan layanan digital, tetapi juga membangun kebiasaan memantau dan mengendalikan spending behavior yang akhirnya meningkatkan financial well-being.

Bagi regulator dan pembuat kebijakan, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Kementerian Keuangan, temuan bahwa literasi keuangan dan sosio-ekonomi (pendidikan, pendapatan, jenis pekerjaan) berpengaruh signifikan terhadap kemampuan menggunakan e-payment menggarisbawahi pentingnya program literasi finansial digital yang disegmentasi. Kampanye edukasi di sekolah, komunitas, dan media sosial perlu dirancang sesuai latar belakang demografis, misalnya modul sederhana untuk kelompok berpendidikan dan berpendapatan rendah, agar pesan tersampaikan efektif dan merata.

Di tingkat institusi pendidikan dan pelatihan, hasil bahwa pendidikan keuangan formal saja belum cukup meningkatkan literasi digital menunjukkan perlunya metode pembelajaran yang lebih aplikatif. Kurikulum dapat dilengkapi dengan studi kasus penggunaan e-payment, simulasi budgeting digital, atau proyek mini yang mendorong siswa/mahasiswa merancang dan mengevaluasi anggaran mereka sendiri. Pendekatan praktik langsung ini akan memperkuat transfer pengetahuan ke ranah kehidupan sehari-hari dan memupuk self-control finansial sejak dini.

Dengan implementasi saran-saran di atas, ekosistem keuangan digital di Indonesia tidak hanya akan semakin inklusif dan mudah diakses, tetapi juga mendorong perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab dan mendukung tercapainya financial well-being masyarakat, khususnya generasi muda di Jabodetabek.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan pendekatan kuantitatif berbasis metode *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan SmartPLS dan melibatkan 161 masyarakat Jabodetabek berusia 18-29 sebagai responden. Meskipun hasil yang diperoleh memberikan kontribusi yang signifikan baik secara teoretis maupun praktis, tetap terdapat sejumlah keterbatasan yang perlu diakui secara ilmiah agar dapat menjadi bahan evaluasi dan dasar pengembangan penelitian selanjutnya, keterbatasan tersebut diantaranya adalah:

1. Penelitian hanya menguji pengaruh financial literacy dan usage of e-payment terhadap spending behavior dan financial well-being, sehingga tidak mencakup faktor eksternal lainnya yang dapat mempengaruhi kondisi kesejahteraan finansial.
2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data menggunakan SmartPLS yang bersifat eksplanatori. Meskipun metode ini efektif dalam menguji hubungan antar variabel, pendekatan ini belum mampu menggali secara mendalam motivasi, persepsi, atau hambatan yang dirasakan responden terhadap variabel financial literacy, usage of e-payment, spending behavior dan financial well-being. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih komprehensif mungkin dapat diperoleh melalui pendekatan kualitatif atau metode campuran di penelitian selanjutnya.
3. Pendekatan penelitian bersifat cross-sectional, sehingga hasilnya merefleksikan kondisi dan persepsi responden pada satu titik waktu tanpa menangkap perubahan tren keuangan jangka panjang. Data dikumpulkan sekali waktu menggunakan kuesioner berbasis skala Likert, sehingga hanya menangkap kondisi responden pada satu titik waktu dan rentan terhadap common method bias dan bias sosial desirabilitas. Desain ini belum mampu mengungkap dinamika perubahan pola pengeluaran atau kesejahteraan finansial seiring waktu.
4. Sampel Terbatas pada Jabodetabek, penelitian ini hanya melibatkan young adults yang aktif menggunakan layanan e-payment di wilayah Jabodetabek, di mana infrastruktur digital, penetrasi

internet, dan akses ke perangkat pintar umumnya lebih baik dibandingkan rata-rata nasional. Karakteristik demografis dan sosio-ekonomi di kawasan perkotaan cenderung berbeda dari daerah suburban, pedesaan, atau pulau-pulau dengan konektivitas terbatas. Akibatnya, temuan mengenai hubungan literasi keuangan, penggunaan e-payment, spending behavior, dan financial well-being kemungkinan besar mencerminkan konteks urban yang sangat terdigitalisasi

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A., & Nugroho, A. (2024). The role of digital financial literacy on financial well-being with financial technology, financial confidence, financial behavior as intervening and sociodemography as moderation. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 27(Oktober), 191–220.
- Adam, E., Panjaitan, R., Sumarlin, T., & Andriana, M. (2021). Financial Well-Being Resilience : Financial Literacy and Financial Inclusion Toward Financial Attitude. In *Majalah Ilmiah Bijak* (Vol. 18, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Aristei, D., & Gallo, M. (2021). Financial knowledge, confidence, and sustainable financial behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 13(19). <https://doi.org/10.3390/su131910926>
- Bai, R. (2023). Impact of financial literacy, mental budgeting and self control on financial wellbeing: Mediating impact of investment decision making. *PLoS ONE*, 18(11 November). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294466>
- Bakar, R., Fauziyah, N., & Rahmat, A. (2025). Do Consumers Perceive Impulsive Buying and Pain of Payment? E-Commerce Transactions Using Pay Later, E-Wallet, and Cash-On-Delivery. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 27(1), 31–59. <http://journal.ugm.ac.id/gamaijb>
- Barbić, D., Lučić, A., & Chen, J. M. (2019). Measuring Responsible Financial Consumption Behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 43(1), 102–112. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12489>
- Barrafrem, K., Tinghög, G., & Västfjäll, D. (2021). Trust in the government increases financial well-being and general well-being during COVID-19. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 31. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100514>
- Basmantra, I. N., Paranegara, A. A. N. Y. V., & Candra, S. (2024). The Role of E-Wallet Use and Financial Literacy on Consumptive Behavior in Indonesia. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 923 LNNS, 346–356. https://doi.org/10.1007/978-3-031-55911-2_33
- Bona, J. T. C. (2018). Factors Affecting the Spending Behavior of College Students. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*. <https://doi.org/10.4314/jfas.v10i3s.12>
- Brandl, B., Hengsbach, D., & Moreno, G. (2024). Small Money, Large Profits: How the Cashless Revolution Aggravates Social Inequality. *Socio-Economic Review*. <https://doi.org/10.1093/ser/mwad071>
- Choowan, P., Daovisan, H., & Suwanwong, C. (2025). Effects of Financial Literacy and Financial Behavior on Financial Well-Being: Meta-Analytical Review of Experimental Studies. In *International Journal of Financial Studies* (Vol. 13, Issue 1). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). <https://doi.org/10.3390/ijfs13010001>

- Cwynar, A., Świecka, B., Filipek, K., & Porzak, R. (2022). Consumers' knowledge of cashless payments: Development, validation, and usability of a measurement scale. *Journal of Consumer Affairs*, 56(2), 640–665. <https://doi.org/10.1111/joca.12424>
- Das, S., & Mahapatra, S. K. (2023). The Big Three of Financial Literacy: Analyzing its Influences on Financial Well-being. *FWU Journal of Social Sciences*, 17(2), 1–23. <https://doi.org/10.51709/19951272/Summer2023/1>
- Dewi, V. I., Effendi, N., Ervani, E., & Sapulette, S. (2025). Do Financial Knowledge and e-Payment Awareness Affect Saving and Spending Behavior? The Mediating Role of Financial Risk Tolerance. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 27(2), 149–173.
- Eckel, M. (2022). *Young Adult Financial Well-Being*.
- Fahrudi, A. N. L. I., Zata, N. K., & Tualeka, S. H. (2024). *Analysis of the Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, and Trust on Intention to Use E-Wallet Gopay* (pp. 3–7). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-240-8_2
- Fan, L., & Henager, R. (2022). A Structural Determinants Framework for Financial Well-Being. *Journal of Family and Economic Issues*, 43(2), 415–428. <https://doi.org/10.1007/s10834-021-09798-w>
- Faraz, N., & Anjum, A. (2025). Spendception: The Psychological Impact of Digital Payments on Consumer Purchase Behavior and Impulse Buying. *Behavioral Sciences*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/bs15030387>
- García, M., & Zerón, F. (2022). *A Review of the Theoretical Foundations of Financial Well-Being*.
- Hernandez, J., & Cruz Rambaud, S. (2025). Uncovering the factors of financial well-being: the role of self-control, self-efficacy, and financial hardship. *Future Business Journal*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-025-00498-7>
- Hidayah, N., Waspada, I., & Sari, M. (2023). The Dynamics of Cashless Society: A Systematic Review. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 5(15), 07–16. <https://doi.org/10.35631/aijbes.515002>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Jusoh, Z. M., & Jing, T. Y. (2019). ACTUAL USAGE TOWARDS E-PAYMENT AMONG UPM STUDENTS. *Journal of Education and Social Sciences*, 12(2).
- Kirobo, A., Lissah, J., & Govella, M. M. (2022). Adoption of Cashless Economy in the World: A Review. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 13(2), 37–48. <https://doi.org/10.9790/5933-1302083748>
- Lin, J. T., Bumcrot, C., Mottola, G., Valdes, O., Ganem, R., Kieffer, C., Walsh, G., & Lusardi, A. (2022). *Financial Capability in the United States: Highlights From the FINRA Foundation National Financial Capability Study*. www.FINRAFoundation.org/NFCSReport2021
- Lusardi, A., & Streeter, J. L. (2023). Financial literacy and financial well-being: Evidence from the US. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, 1(2), 169–198. <https://doi.org/10.1017/flw.2023.13>
- Mawad, J. L., Athari, S. A., Khalife, D., & Mawad, N. (2022). Examining the Impact of Financial Literacy, Financial Self-Control, and Demographic Determinants on Individual Financial Performance and Behavior: An Insight from the Lebanese Crisis Period. *Sustainability (Switzerland)*, 14(22). <https://doi.org/10.3390/su142215129>

- Mazar, N., Plassmann, H., Robitaille, N., & Lindner, A. (2016). *Pain of Paying?—A Metaphor Gone Literal: Evidence from Neural and Behavioral Science*. <https://ssrn.com/abstract=2901808> Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=2901808>
- Molina, A., Cisneros Ruiz, A. J., López Subires, M. D., & Diéguez-Soto, J. (2023). How does financial literacy influence undergraduates' risk-taking propensity? *International Journal of Management Education*, 21(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100840>
- Monica, F., & Japariato, E. (n.d.). *Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use dan Melalui Perceived Enjoyment terhadap Behavior Intention pada Digital Payment*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>
- Mouna, A., & Jarboui, A. (2022). Understanding the link between government cashless policy, digital financial services and socio-demographic characteristics in the MENA countries. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 42(5–6), 416–433. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-12-2020-0544>
- Mutlu, Ü., & Özer, G. (2022). The moderator effect of financial literacy on the relationship between locus of control and financial behavior. *Kybernetes*, 51(3), 1114–1126. <https://doi.org/10.1108/K-01-2021-0062>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2021). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Rahman, M., Ismail, I., Bahri, S., & Rahman, M. K. (2022). An Empirical Analysis of Cashless Payment Systems for Business Transactions. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc8040213>
- Raj, V., Amilan, S., & Aparna, K. (2024). Factors influencing the adoption of cashless transactions: toward a unified view. *South Asian Journal of Marketing*, 5(1), 74–90. <https://doi.org/10.1108/sajm-11-2022-0071>
- Shailaja, M., Chikate, P., Deepak, M., & Rathod, S. (2024). The Future Of Payment Systems: Innovations, Challenges, And Opportunities In A Cashless Society Introduction. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)* www.ijcrt.org 61 |, 12, 2320–2882. www.ijcrt.org
- Shamsuddin, N. E., Nyandang, J., Abd Malik, A. N., Syed Annuar, S. N., Yacob, Y., Pakasa, U. I., Ali, J. K., Gregory, M., & Enchas, C. A. (2023). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk and Reward Towards E-wallet Usage Intention: A Moderating Role of Trust. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(9). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i9/17879>
- Siahaan, M. (2025). *Digital Payments in Indonesia*. <https://www.statista.com/topics/9838/digital-payments-in-indonesia/#topicOverview>
- Supieza, R. S., Fuentes, J. N., Infiesto, A. B., Niño, G. W. J. B., & Peñalver, N. J. P. (2025). Big-Five Personality Traits and Spending Behavior of College Students. *Cognizance Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(2), 288–301. <https://doi.org/10.47760/cognizance.2025.v05i02.021>
- Tasman, A., Fahmy, R., Rahman, H., Ma'ruf, M., & Rahim, R. (2023). Financial Well Being: Suatu Tinjauan Sistematis dan Bibliometrik. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 13(1), 30. <https://doi.org/10.24036/011223040>

- Tatzel, M. (2003). *The Art of Buying: Coming to Terms with Money and Materialism*.
- Ulum, I. F., & Solekah, N. A. (2024). The Impact of Lifestyle, Financial Literacy, and Ease of Use of E-Payment on E-Wallet Users' Consumptive Behavior in the Millennial Generation. *MEC-J (Management and Economics Journal)*, 8(1), 67–82. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v8i1.26265>
- Widyakto, A., Liyana, Z. W., & Rinawati, T. (2022). The influence of financial literacy, financial attitudes, and lifestyle on financial behavior. *Diponegoro International Journal of Business*, 5(1), 33–46. <https://doi.org/10.14710/dijb.5.1.2022.33-46>
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawati, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Yonatan, A. Z. (2025). *Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia Naik pada 2025*. <https://data.goodstats.id/statistic/indeks-literasi-dan-inklusi-keuangan-indonesia-naik-pada-2025-9SVqr>
- Yousef, F. (2024). The Impact of E-Wallets on Consumer Spending Behavior and Financial Management. *International Journal for Scientific Research*, 3(12), 429–456. <https://doi.org/10.59992/IJSR.2024.v3n12p12>
- Yudha, A., & Pradana, A. (2022). Combination of Financial Knowledge and Financial Attitude in Establishing Good Financial Management Behaviour for Students After the COVID-19 Pandemic. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(2), 224–235. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i2.37906>
- Zainol, Z., Omar, N. A., Zainol, Z., Shokory, S. M., & Abas, B. (2022). The Effect of Spending Distribution on Financial Well-Being among Young Working Women*. *Journal of Distribution Science*, 20(11), 1–9. <https://doi.org/10.15722/jds.20.11.202211.1>
- Zellermayer, O. (1996). *The Pain of Paying*. <https://www.researchgate.net/publication/280711796>