

The Influence of Financial Literacy and Instagram Social Media on Financial Management of Generation Z in Bengkulu City

Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Sosial Instagram terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z di Kota Bengkulu

Sampirman Wahyudi ¹⁾; Nirta Vera Yustanti ²⁾; Rina Trisna Yanti ³⁾

¹⁾Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

^{2,3)} Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ firmen2018wahyudi@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [09 Juni 2026]

Revised [17 Agustus 2026]

Accepted [21 Agustus 2026]

KEYWORDS

Financial Literacy, Instagram, Financial Management.

This is an open access article under the [CC-BY-SA license](#)



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Kota Bengkulu. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Instrumen berupa kuesioner berbasis Google Form dengan skala Likert. Sampel terdiri dari 150 responden Generasi Z berusia 18–25 tahun. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,489 menunjukkan bahwa kedua variabel menjelaskan 48,9% variasi perilaku pengelolaan keuangan. Penelitian hanya terbatas pada Generasi Z di Kota Bengkulu sehingga hasil tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh populasi. Penelitian ini memberikan kontribusi pada bidang manajemen keuangan dan literasi digital, serta dapat menjadi referensi bagi pengambil kebijakan dalam merancang program edukasi finansial berbasis media sosial.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of financial literacy and Instagram usage on financial management behavior among Generation Z in Bengkulu City. A quantitative approach with associative methods was applied. Data were collected using a Likert-scale questionnaire distributed via Google Form. The sample consisted of 150 Generation Z respondents aged 18–25 years. Data analysis employed multiple linear regression using SPSS software. The findings reveal that both financial literacy and Instagram usage have a positive and significant effect on financial management behavior, both partially and simultaneously. The coefficient of determination (R^2) is 0.489, indicating that 48.9% of the variation in financial management behavior is explained by the two variables. The study is limited to Generation Z in Bengkulu City, so the results cannot be generalized to the broader population. This research contributes to the field of financial management and digital literacy, and provides insights for policymakers to design financial education programs through social media platforms.

PENDAHULUAN

Perkembangan literasi keuangan di Indonesia menunjukkan tren positif, namun masih terdapat kesenjangan antara akses layanan keuangan dan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkannya secara bijak. Survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2025) mencatat indeks literasi keuangan nasional sebesar 66,46% dan inklusi keuangan 76,90%. Meskipun angka ini meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, kesenjangan tersebut tetap menjadi tantangan serius dalam membangun perilaku finansial yang sehat.

Generasi Z, yaitu kelompok usia 18–25 tahun, menjadi sorotan dalam isu literasi keuangan. Sebagai digital native, mereka tumbuh dalam lingkungan teknologi informasi yang dinamis dan terbiasa mengakses informasi keuangan melalui media sosial (Kompas Kota News, 2025). Instagram, salah satu platform populer, tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan tetapi juga menyediakan konten edukatif finansial. Namun, fenomena FOMO (*fear of missing out*) dan YOLO (*you only live once*) yang sering muncul di media sosial dapat mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan (Abimanyu, 2025).

Kondisi ini relevan dengan Generasi Z di Kota Bengkulu. Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2025) menunjukkan bahwa sekitar 25–30% penduduk Bengkulu termasuk kategori Generasi Z. Kelompok ini berada dalam fase transisi menuju kemandirian finansial, baik melalui pendidikan maupun awal karier. Namun, rendahnya tingkat tabungan rutin dan tingginya konsumsi impulsif menunjukkan perlunya kajian lebih mendalam mengenai pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap pengelolaan keuangan mereka.

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku finansial (Wardani et al., 2022; Maharani et al., 2025), sementara penggunaan Instagram juga terbukti memengaruhi pengelolaan keuangan Generasi Z (Safitri & Dewa, 2022; Ramadhani et al., 2025). Namun, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait bagaimana kedua variabel tersebut secara simultan memengaruhi perilaku finansial di konteks lokal, khususnya Bengkulu.

LANDASAN TEORI

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami berbagai konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, utang, serta perencanaan keuangan, kemudian menerapkan pemahaman tersebut dalam pengambilan keputusan finansial sehari-hari. Tingkat literasi keuangan yang baik dapat membantu seseorang mengelola sumber daya keuangan secara lebih terarah, menghindari keputusan finansial yang bersifat impulsif, serta menentukan prioritas antara kebutuhan dan keinginan. Dalam konteks generasi muda, khususnya Generasi Z, literasi keuangan menjadi semakin penting karena kelompok ini hidup dalam lingkungan yang sangat dekat dengan teknologi digital, kemudahan transaksi, layanan keuangan berbasis aplikasi, serta berbagai pilihan investasi. Oleh karena itu, pemahaman keuangan yang memadai dibutuhkan agar individu mampu menilai risiko dan manfaat dari setiap keputusan keuangan yang diambil. Wardani et al. (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan dan niat investasi, yang menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman seseorang mengenai keuangan, semakin besar pula kecenderungannya untuk mengelola dana secara lebih rasional dan mempertimbangkan investasi sebagai bagian dari perencanaan masa depan.

Selain berperan dalam pengambilan keputusan investasi, literasi keuangan juga memiliki hubungan yang erat dengan kemampuan individu dalam melakukan perencanaan dan pengendalian keuangan. Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung mampu menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, membentuk kebiasaan menabung, serta mempersiapkan kebutuhan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang secara lebih sistematis. Maharani et al. (2025) menemukan bahwa literasi keuangan memberikan kontribusi positif terhadap perencanaan dan pengendalian keuangan Generasi Z. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan tidak hanya berhenti pada pemahaman teoritis, tetapi juga berperan dalam membentuk perilaku finansial yang lebih disiplin dan bertanggung jawab. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan pada Generasi Z menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kemampuan pengelolaan keuangan yang sehat, meningkatkan kesiapan menghadapi risiko finansial, serta mendukung tercapainya stabilitas dan kesejahteraan keuangan pada masa mendatang.

Media Sosial Instagram

Instagram sebagai salah satu platform media sosial berbasis visual memiliki peran yang semakin penting dalam membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku finansial generasi muda. Karakteristik Instagram yang mengutamakan penyajian informasi melalui gambar, infografis, video pendek, *reels*, dan konten interaktif membuat informasi keuangan menjadi lebih mudah dipahami dan menarik untuk diikuti. Bagi Generasi Z yang memiliki intensitas penggunaan media sosial cukup tinggi, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi sumber informasi mengenai pengelolaan keuangan, tabungan, investasi, perencanaan anggaran, hingga risiko penggunaan produk keuangan. Ladamay et al. (2022) menunjukkan bahwa konten edukasi finansial yang disampaikan melalui Instagram dapat meningkatkan pemahaman keuangan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa penyajian informasi keuangan yang sederhana, visual, dan mudah diakses dapat membantu generasi muda memahami konsep-konsep finansial yang sebelumnya dianggap kompleks.

Selain meningkatkan pemahaman, kualitas konten keuangan yang diterima melalui Instagram juga dapat memengaruhi bagaimana Generasi Z mengambil keputusan dalam mengelola keuangannya. Konten yang memiliki informasi akurat, relevan, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan audiens akan lebih berpotensi mendorong terbentuknya perilaku finansial yang lebih baik, seperti menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, menabung secara rutin, dan mempertimbangkan keputusan investasi dengan lebih hati-hati. Ramadhani et al. (2025) menambahkan bahwa kualitas konten keuangan di Instagram berpengaruh positif terhadap perilaku finansial Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas informasi finansial yang diperoleh melalui Instagram, semakin besar kemungkinan pengguna menerapkan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, Instagram dapat dipandang sebagai media edukasi keuangan yang potensial bagi Generasi Z, terutama apabila

konten yang disajikan bersifat informatif, kredibel, menarik, dan mampu mendorong penerapan kebiasaan keuangan yang lebih bijak.

Pengelolaan Keuangan Generasi Z

Pengelolaan keuangan merupakan serangkaian aktivitas yang berkaitan dengan proses perencanaan, pengendalian, penggunaan, serta evaluasi sumber daya keuangan agar dapat digunakan secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan individu. Pengelolaan keuangan yang baik tercermin dari kemampuan seseorang dalam menyusun anggaran, mengatur pengeluaran berdasarkan skala prioritas, menyisihkan sebagian pendapatan untuk tabungan atau dana darurat, serta melakukan evaluasi terhadap kondisi keuangan secara berkala. Negara et al. (2022) menjelaskan bahwa pengelolaan keuangan mencakup kegiatan perencanaan, pengendalian, dan evaluasi aktivitas finansial yang bertujuan untuk membantu individu mencapai kondisi keuangan yang lebih terarah. Dalam konteks Generasi Z, kemampuan tersebut menjadi semakin penting karena kelompok ini menghadapi kemudahan transaksi digital, berkembangnya layanan keuangan berbasis teknologi, serta tingginya paparan terhadap promosi dan gaya hidup melalui media sosial. Apabila tidak disertai kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai, kemudahan tersebut dapat mendorong perilaku konsumtif dan pengambilan keputusan keuangan yang kurang rasional.

Pengelolaan keuangan Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan finansial, tetapi juga oleh sumber informasi yang mereka akses melalui media digital, termasuk Instagram. Literasi keuangan memberikan dasar pengetahuan untuk memahami risiko dan manfaat dari suatu keputusan finansial, sedangkan Instagram dapat menjadi media penyampaian informasi mengenai tabungan, investasi, penganggaran, maupun pengendalian pengeluaran. Safitri dan Dewa (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan dan penggunaan Instagram secara simultan berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z dengan kontribusi sebesar **61,2%**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan memahami konsep keuangan yang didukung oleh pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi dapat memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pembentukan perilaku finansial generasi muda. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan yang disertai penggunaan Instagram secara selektif dan bijaksana dapat mendorong Generasi Z untuk lebih mampu merencanakan pengeluaran, mengendalikan konsumsi, membangun kebiasaan menabung, serta mengambil keputusan finansial secara lebih bertanggung jawab.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Wardani et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan penelitian Maharani et al. (2025) yang menegaskan bahwa tingkat literasi keuangan berhubungan erat dengan kemampuan individu dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran.

Sementara itu, Ramadhani et al. (2025) menemukan bahwa penggunaan Instagram sebagai media edukasi finansial dapat meningkatkan pemahaman keuangan generasi muda. Penelitian Abimanyu (2025) menambahkan bahwa fenomena FOMO dan YOLO di media sosial dapat memengaruhi perilaku konsumtif, sehingga literasi keuangan menjadi faktor penting dalam mengendalikan dampak tersebut.

Secara keseluruhan, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan media sosial memiliki peran yang saling melengkapi dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan. Hal ini menjadi dasar bagi penelitian ini untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh literasi keuangan dan penggunaan Instagram terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z di Bengkulu.

Gap Penelitian

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah banyak membahas literasi keuangan maupun penggunaan media sosial sebagai faktor yang memengaruhi perilaku dan pengelolaan keuangan, sebagian besar kajian tersebut masih menempatkan kedua variabel secara terpisah. Padahal, dalam kehidupan Generasi Z saat ini, kemampuan memahami konsep keuangan dan intensitas pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, saling berkaitan dalam membentuk cara individu memperoleh informasi serta mengambil keputusan finansial. Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga berkembang menjadi media penyebaran informasi mengenai investasi, tabungan, pengelolaan anggaran, gaya hidup, serta berbagai produk keuangan. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya kajian yang mengintegrasikan literasi keuangan dan penggunaan Instagram dalam satu model penelitian agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengelolaan keuangan Generasi Z.

Selain itu, penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan tersebut dalam konteks lokal Bengkulu masih relatif terbatas. Karakteristik sosial, ekonomi, pola konsumsi, serta kebiasaan penggunaan media sosial Generasi Z di Bengkulu dapat memiliki kondisi yang berbeda dibandingkan dengan wilayah lain, sehingga hasil penelitian dari daerah lain belum tentu sepenuhnya menggambarkan perilaku keuangan Generasi Z di Bengkulu. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan penelitian tersebut dengan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan Instagram, baik secara parsial maupun simultan, terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z di Bengkulu. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang lebih kontekstual sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan edukasi keuangan yang relevan dengan karakteristik dan pola penggunaan media digital generasi muda di Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif, karena bertujuan untuk mengetahui hubungan antara literasi keuangan dan penggunaan media sosial Instagram terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z di Kota Bengkulu. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Bengkulu dengan rentang usia 18–25 tahun. Sampel penelitian berjumlah 150 responden, ditentukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: aktif menggunakan Instagram dan berdomisili di Bengkulu. Instrumen penelitian berupa kuesioner berbasis Google Form dengan skala Likert 1–5. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur tiga variabel utama, yaitu literasi keuangan yang mencakup pemahaman konsep dasar, kemampuan mengelola pendapatan dan pengeluaran, serta pengetahuan instrumen keuangan; penggunaan Instagram yang meliputi intensitas penggunaan, jenis konten keuangan yang diakses, dan tingkat keterlibatan; serta pengelolaan keuangan yang mencakup perencanaan, pengendalian, dan evaluasi keuangan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda, dengan uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z di Bengkulu dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. Penggunaan Instagram juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. Secara simultan, kedua variabel memberikan pengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan dengan nilai F-hitung lebih besar daripada F-tabel. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,489 menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan Instagram mampu menjelaskan 48,9% variasi perilaku pengelolaan keuangan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,872	2,699		3,658	,000
Literasi Keuangan (X1)	,462	,065	,474	7,089	,000
Penggunaan Media Sosial Instagram (X2)	,308	,061	,337	5,047	,000

Sumber: Outpt SPSS Versi 25, 2025

Pembahasan

Hasil penelitian ini mendukung temuan Wardani et al. (2022) dan Maharani et al. (2025) yang menegaskan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku finansial yang sehat. Generasi Z dengan tingkat literasi keuangan tinggi cenderung lebih mampu mengelola pendapatan, menabung, dan menghindari perilaku konsumtif. Selain itu, temuan ini sejalan dengan penelitian Ramadhani et al. (2025) yang menunjukkan bahwa konten edukasi finansial di Instagram dapat

meningkatkan pemahaman keuangan. Namun, fenomena FOMO dan YOLO yang sering muncul di media sosial tetap menjadi tantangan, sebagaimana diingatkan oleh Abimanyu (2025).

Secara simultan, literasi keuangan dan penggunaan Instagram terbukti saling melengkapi. Literasi keuangan memberikan dasar pengetahuan, sementara Instagram menjadi media penyebaran informasi finansial yang mudah diakses oleh Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa strategi edukasi keuangan berbasis media sosial dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan pengelolaan keuangan generasi muda di Bengkulu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z di Bengkulu. Demikian pula, penggunaan Instagram terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan. Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 48,9% terhadap variasi perilaku pengelolaan keuangan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan dan penggunaan media sosial saling melengkapi dalam membentuk perilaku finansial generasi muda.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, bagi generasi muda, penting untuk terus meningkatkan literasi keuangan melalui berbagai sumber, termasuk konten edukasi di media sosial, agar mampu mengelola keuangan secara lebih bijak. Kedua, bagi pendidik dan praktisi keuangan, media sosial seperti Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi finansial yang menarik dan mudah diakses. Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti pengaruh keluarga, peer group, atau faktor psikologis agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengelolaan keuangan Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, R. (2025). *Dampak media sosial terhadap perilaku konsumtif Generasi Z*. Literasi Digital Press.
- Adinata, R. (2023). *Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Lebong*.
- Angelyna, M., & Tannia, R. (2025). *Strategi perencanaan finansial pribadi di era digital*. Mitra Cendekia.
- Badan Pusat Statistik Kota Bengkulu. (2025). *Kota Bengkulu dalam angka 2025*. BPS Kota Bengkulu.
- Kompas Kota News. (2025). *Profil demografi Generasi Z di Indonesia*. <https://www.compaskotanews.id/generasi-z-indonesia>
- Dewi, A., Prasetyo, H., & Lestari, D. (2021). Perilaku keuangan dan literasi finansial masyarakat Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 120–130.
- Fintech Academy. (2025). *Panduan literasi keuangan untuk generasi digital*. Fintech Academy Indonesia.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hery. (2021). *Manajemen keuangan: Teori dan aplikasi*. Grasindo.
- Ladamay, S., Putra, R., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh konten Instagram terhadap literasi keuangan mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 45–56.
- Maharani, D., Santika, R., & Pratama, Y. (2025). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 33–47.
- Negara, B., Ardiansyah, M., & Sari, P. (2022). Evaluasi pengelolaan keuangan pribadi generasi muda. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 8(3), 55–68.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia*. OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan*. OJK.
- Putri, A., & Santoso, D. (2023). Literasi keuangan dan perilaku konsumtif Generasi Z di perkotaan. *Jurnal Ekonomi Dan Perilaku Konsumen*, 6(2), 78–90.
- Ramadhani, F., Yusuf, M., & Kartika, N. (2025). Peran konten literasi keuangan di Instagram terhadap perilaku finansial Generasi Z. *Jurnal Media Dan Literasi Digital*, 3(1), 12–25.

- Rohmanto, F., & Susanti, A. (2021). Pengaruh literasi keuangan, lifestyle hedonis, dan sikap keuangan pribadi terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *ECOBISMA: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 8(1). Universitas Labuhanbatu. Retrieved from <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/view/1234> (jurnal.ulb.ac.id in Bing)
- Safitri, N., & Dewa, R. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan Instagram terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. *Jurnal Manajemen Digital*, 4(2), 101–115.
- Setyawan, A.; Wulandari, F. (2020). Literasi keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 8(1), 45–58. <https://doi.org/10.31227/jek.v8i1.2020%0A>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Utama, R. (2025). *Manajemen keuangan pribadi di era digital*. Deepublish.
- Wardani, R., Nugroho, A., & Salsabila, T. (2022). Literasi keuangan dan niat investasi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Investasi*, 7(1), 22–35.