

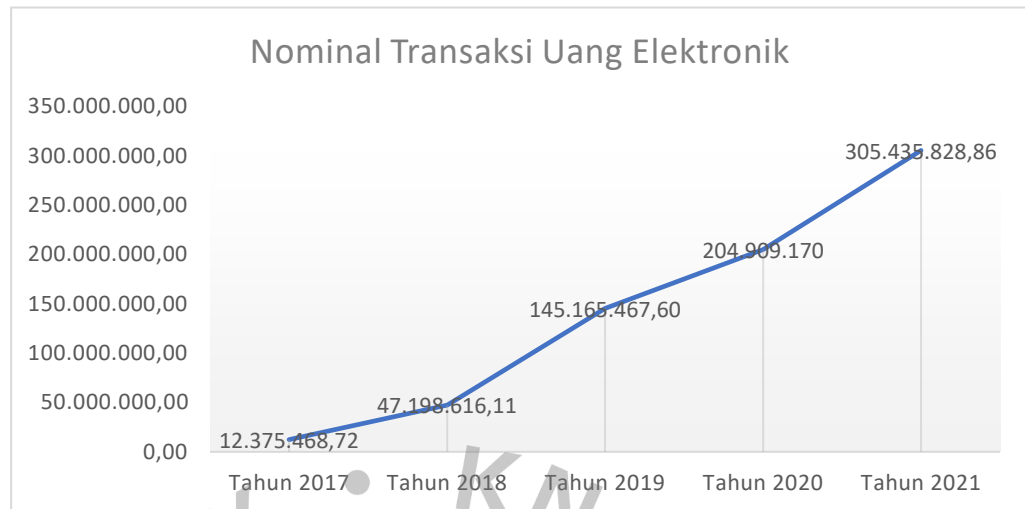
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi serta digitalisasi terjadi akibat dari pertukaran pandangan global, produk, ide, dan karakteristik budaya lainnya yang menyebabkan banyak perubahan pesat dalam penyampaian teknologi maupun informasi. Selain itu, globalisasi mempunyai tujuan antara lain : 1. Mempercepat penyebaran informasi, 2. Memberikan kenyamanan dalam aktivitas; dan 3. Mempermudah setiap orang untuk memenuhi kebutuhan hidup (Wijaya, 2019). Contoh perkembangan yang muncul akibat globalisasi salah satunya adalah di bidang teknologi. Industri bisnis lama berubah bentuk di era teknologi Digital 4.0 menjadi bentuk bisnis baru yang lebih cepat, fleksibel, dan efisien dalam operasional di berbagai bidang industri, termasuk perbankan dan keuangan (Deni Wardani *et al.*, 2021). Sudah bukan menjadi berita baru lagi bahwa dampak era globalisasi ini telah melahirkan berbagai inovasi ilmu pengetahuan dan teknologi, seperti layanan internet, teknologi transportasi, munculnya uang elektronik, dan sebagainya. Sebagai salah satu agenda Presidensi G20, transformasi digital sangat erat kaitannya dengan konektivitas digital di Indonesia (Kominfo, 2021).

Munculnya uang elektronik di tengah masyarakat tentunya memudahkan sistem pembayaran di Indonesia. Peraturan Bank Indonesia

Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik menjelaskan uang elektronik sebagai suatu alat pembayaran elektronik yang mana nilai uangnya sudah disetor, disimpan dalam bentuk media *chip* atau *server*, dan dikelola oleh penerbit namun bukan merupakan simpanan. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dicanangkan oleh Bank Indonesia pada Agustus 2014 merupakan proyek yang berupaya mewujudkan *cashless society*. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dicanangkan dengan tujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar, yang pada gilirannya akan mendorong sistem keuangan nasional berjalan efektif dan efisien (bi.go.id, 2014). Indonesia memiliki potensi untuk menerapkan program digitalisasi. Hal ini disebabkan kelompok usia produktif mendominasi struktur demografi Indonesia. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri menunjukkan Kelompok usia yang produktif merupakan mayoritas penduduk Indonesia (15-64 tahun) sebesar 69,3% per Juni 2022. Survey yang dilakukan oleh (APJII, 2022) juga mendukung hal ini dengan hasil survey penetrasi internet sebesar 77,02% dengan penggunaan aktif media sosial sebesar 89,15%.



Gambar 1.1 Nominal Transaksi Uang Elektronik

Sumber: bi.go.id, (2022, data diolah, dalam satuan juta)

Masyarakat Indonesia telah beradaptasi dengan kemajuan sistem pembayaran atas tagihan mereka dengan menggunakan transaksi uang elektronik. Hal tersebut dibuktikan dari Gambar 1.1 yang menyatakan nominal transaksi uang elektronik selama 5 tahun terakhir meningkat pesat. Sistem pembayaran telah menjadi salah satu aspek terpenting dari perkembangan teknologi (Wulandari & Andilolo, 2017). Terutama sejak pandemi, ketika sebagian besar transaksi kini dilakukan secara online, pembayaran online menjadi semakin penting bagi konsumen Indonesia. Konsumen dapat melakukan transaksi dengan lebih mudah karena hadirnya QRIS. *Quick Response Code Indonesia Standard* atau disingkat dengan QRIS merupakan pengembangan industri sistem pembayaran yang bekerjasama dengan Bank Indonesia sebagai penyatuan berbagai macam jenis QR Code Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) (Bank Indonesia, 2019). QR merupakan kanal pembayaran yang termasuk dalam

kelompok *shared delivery channel* (Simatupang, 2021). Bank Indonesia bersama ASPI telah berhasil membangun ekosistem dalam ekonomi dan keuangan digital sebagai standardisasi penggunaan kode QR untuk pembayaran mendukung UMKM dan *financial inclusion* (Simatupang, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mulai mengadopsi cara hidup baru, khususnya gaya hidup tanpa uang tunai (*cashless lifestyle*), dan mereka telah menerima perubahan pada sistem pembayaran.

Minat masyarakat terhadap *cashless lifestyle* semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir dilihat dari grafik Gambar 1.1, nominal transaksi uang elektronik pada tahun 2017 sampai 2021 yang mengalami peningkatan karena membayar tanpa uang tunai (*cashless*) dianggap lebih efektif, praktis, cepat, dan mudah. Salah satu unsur yang turut mendukung terwujudnya ekonomi inklusif adalah pertumbuhan dan tren pembayaran digital di masyarakat. Selain itu, karena maraknya uang elektronik, munculnya dompet digital dengan tawaran yang menggiurkan seperti *cashback*, dan maraknya penggunaan kartu debit oleh nasabah bank, masyarakat tidak lagi diharuskan membawa banyak uang tunai saat bepergian. Dua kategori utama uang elektronik adalah uang elektronik berbasis *chip* dan uang elektronik berbasis server, masing-masing sering disebut sebagai *e-wallet* dan *e-money*. TribunNews.com, (2022) memaparkan hasil riset pemasaran yang dilakukan oleh InsigtAsia dengan judul “*Consistency That Leads: E-Wallet Industry Outlook 2023*” yang

mengatakan bahwa konsumen menyebutkan empat poin penting dalam memilih produk uang elektronik diantaranya kenyamanan, kemudahan, keamanan, dan kemanfaatan. Dijelaskan oleh IPrice, (2020) yang menguraikan hasil survey App Annie dan iprice pada kuartal 2 tahun 2019-2020, bahwa jumlah sesi penggunaan aplikasi keuangan mengalami peningkatan dari 1,67 miliar pada 2019 dan pada 2020 naik menjadi 2,83 miliar, meningkat 70% dari Juni 2019 hingga Juni 2020. *E-wallet* sebagai alternatif pembayaran online menjadi bukti peningkatan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Riset tersebut juga menunjukkan bahwa peningkatan dalam sesi ini mungkin terkait dengan orang Indonesia yang menggunakan beberapa *brand e-wallet*. Penggunaan *e-wallet* sebagai alternatif pembayaran online menjadi bukti peningkatan transaksi *cashless*. Sebesar 47% pengguna *smartphone* yang menggunakan *e-wallet* memiliki 3 atau lebih *e-wallet*.



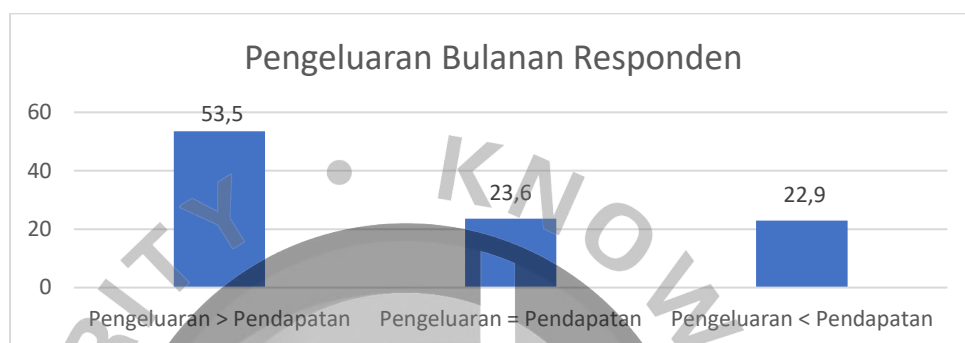
Gambar 1 2 Persentase Pengguna E-wallet 2022

Sumber: populix (2022, data diolah)

Riset yang dilakukan oleh Populix, (2022) pada 1000 responden yang tersebar di seluruh Indonesia pada May 2022, 84% dari responden adalah pengguna *e-wallet*, dengan rata-rata penggunanya termasuk dalam usia produktif. Hasil riset tersebut menyebutkan 5 aplikasi *e-wallet* yang paling sering digunakan adalah gopay (88%), DANA (83%), OVO (79%), ShopeePay (76%) dan LinkAja (30%). Gopay adalah dompet digital yang dapat digunakan untuk membayar semua layanan Gojek pada awalnya, namun sekarang menjadi metode pembayaran resmi di sebagian besar kios Indonesia dan mampu memberikan kemudahan bagi para penggunanya sehingga masyarakat lebih nyaman menggunakan layanan ini. Selain gopay, DANA, OVO, ShopeePay dan LinkAja menjadi aplikasi *e-wallet* yang sering digunakan di kelompok orang umum karena banyak menyediakan promosi serta bekerjasama dengan berbagai toko baik online maupun offline berdasarkan survey yang dilakukan (Populix, 2022).

Selain kemudahan, *e-wallet* juga dapat memberikan dampak negatif bagi penggunanya. Dengan semakin meningkatnya penawaran barang dan jasa serta semakin mudahnya memperoleh hal-hal yang disediakan oleh *e-wallet*, masyarakat dalam hal ini cenderung melakukan konsumsi tanpa memperhatikan prinsip keuangan, yaitu mengkonsumsi berdasarkan kebutuhannya bukan keinginannya. Selain itu *Fear of Missing Out* atau biasa disingkat FOMO juga dapat menjadi penyebab individu melakukan konsumsi yang berlebihan. FOMO adalah rasa takut yang muncul karena

merasa “tertinggal” akibat tidak mengikuti aktivitas tertentu (Kemenkeu, 2021). Selain itu FOMO juga dapat memicu munculnya masalah finansial, seseorang rela mengeluarkan biaya yang besar demi tetap *up-to-date* dan tidak ketinggalan zaman



Gambar 1.3 Pengeluaran Bulanan 30 Responden

Sumber: Data diolah (2023)

Sesuai dengan informasi pada Gambar 1.3, dapat dilihat bahwa mayoritas responden atau sebesar 53,5% lebih boros pada pengeluaran bulannya dibandingkan pemasukan yang diterima. Sementara itu, 22,9% responden menyatakan pengeluaran bulannya lebih kecil dibanding pemasukan yang diterima dan 23,6% responden menyatakan pengeluaran sama dengan pendapatan yang diterima. Lebih lanjut, 74,4% responden mengatakan bahwa pengeluaran paling besar adalah untuk komunikasi seperti pulsa dan internet. Setelah itu, pengeluaran untuk membeli makanan (69,9%) dan bensin (52,9%). Berdasarkan dengan data survey yang dilakukan oleh Bank Indonesia, pengeluaran konsumen untuk konsumsi pada September 2022 menyentuh angka 74,8%, menyisakan 15,8% untuk menabung, dan 9,4% untuk membayar cicilan. Angka pengeluaran yang

lebih besar menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat khususnya mahasiswa yang sudah dalam usia produktif masih mengalami kesulitan dalam mengatur perputaran keuangan mereka.

Data di atas mendorong untuk melakukan penelitian terhadap masyarakat pada usia produktif, khususnya mahasiswa di Jabodetabek yang termasuk Generasi Z. Menurut Hanuning, (2011), Generasi Z merupakan kelompok anak muda yang dapat mengambil keputusan sendiri, seperti mengambil keputusan untuk berbelanja online, generasi kreatif dan *digital natives*. Berdasarkan sensus penduduk tahun 2020, Generasi Z berjumlah 27,94% dari total penduduk Indonesia (BPS, 2021). Generasi Z lahir antara tahun 1997 hingga 2012, atau berusia antara 10 hingga 25 tahun (BPS, 2021). Mahasiswa yang usianya rata-rata berentang dari 18–25 tahun dapat dikatakan kategori usia produktif yang dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Untuk mencapai hal tersebut, masyarakat usia produktif diharapkan lebih bijak dalam menerapkan perilaku keuangan di era globalisasi ini yang bisa membawa suatu individu untuk berbuat konsumtif. Suatu individu memiliki perilaku keuangan atau *Financial Behavior* jika mampu melakukan pengelolaan, perencanaan, dan pengelolaan keuangan yang tepat sesuai kebutuhannya.

Financial Behavior adalah kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya dalam kehidupan sehari-hari, seperti merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengendalikan, mencari, dan menyimpan dana (Kholilah & Iramani, 2013). Dalam penerapannya, *Financial Behavior*

menggambarkan kewajiban seseorang untuk mengatur keuangannya. Untuk memastikan bahwa seseorang dapat secara efektif dan efisien mengelola kewajiban keuangannya, penganggaran merupakan komponen kunci dari pengelolaan uang yang efektif (Ida & Dwinta, 2010). Banyak faktor yang dapat mempengaruhi *Financial Behavior*, penelitian yang dilakukan oleh (Radianto *et al.*, 2021) salah satunya, penelitian tersebut menyatakan *Financial Attitude* dan *internal locus of control* mempengaruhi *Financial Behavior* pada mahasiswa jurusan Akuntansi di Surabaya. (Nurfadillah & Matoati, 2021) menyatakan dalam penelitiannya bahwa *Financial Attitude* dan *Financial Knowledge* mempengaruhi *Financial Behavior* pada Generasi Milenial di DKI Jakarta. Penelitian yang mendukung *Financial Attitude*, *Financial Knowledge* dan *internal locus of control* mempengaruhi *Financial Behavior* adalah penelitian yang dilakukan oleh (Nalurita *et al.*, 2022) pada pengguna *e-wallet* di Jabodetabek.

Financial Knowledge merupakan hal pertama yang mempengaruhi *Financial Behavior*. *Financial Knowledge* merupakan kemampuan untuk mengelola keuangan, yang bermanfaat dalam meningkatkan kesejahteraan individu (Ameliawati & Setiyani, 2018). Ada asumsi bahwa seseorang dengan pendidikan yang baik dapat memperluas pengetahuannya di berbagai bidang, termasuk keuangan, sehingga membuat keputusan keuangan yang lebih baik (Sandi *et al.*, 2020). Penelitian (Rahmawati & Haryono, 2020) membuktikan terdapat pengaruh *Financial Knowledge* terhadap *Financial Behavior* pada pengguna *e-wallet* di Surabaya,

penelitian oleh (Pradiningtyas & Lukiastuti, 2019), (Nurfadillah & Matoati, 2021), dan (Nalurita *et al.*, 2022) juga mendukung hal tersebut. Namun dalam penelitian (Herdjiono & Damanik, 2016) memaparkan *Financial Knowledge* tidak memiliki pengaruh terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Merauke.

Financial Attitude adalah faktor kedua yang mempengaruhi *Financial Behavior*. Seseorang dengan *Financial Attitude* yang baik akan lebih baik dalam mengambil keputusan pengelolaan keuangan (Herdjiono & Damanik, 2016). Beberapa penelitian sebelumnya menggunakan objek mahasiswa di DIY Yogyakarta, Jawa Tengah, Semarang dan Bandung telah menemukan bahwa *Financial Attitude* berdampak pada *Financial Behavior*, (Nusron *et al.*, 2018), (Anggraeni & Tandika, 2019), dan (Asih & Khafid, 2020). Sementara dalam penelitian (Winarta & Pamungkas, 2021) dan (Nisa & Haryono, 2022) membuktikan hasil yang sebaliknya, yaitu *Financial Attitude* tidak memberikan pengaruh terhadap *Financial Behavior* pada Generasi Z di Surabaya.

Internal Locus of Control menggambarkan variabel yang dapat diamati dari perspektif psikologis dan merupakan salah satu elemen yang diasumsikan dapat mempengaruhi *Financial Behavior*. Keyakinan akan pengendalian diri sangat penting dalam mengelola *Financial Behavior* karena memungkinkan seseorang untuk dikelolanya keuangan sesuai tujuan keuangan. Rahmawati & Haryono (2020) menyatakan pengelolaan keuangan yang baik dapat ditunjukkan oleh individu jika bisa mengatur

pengeluarannya agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Hasil penelitian yang dilakukan (Dwiastanti, 2017) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Kanjuruhan Malang, (Rizkiawati & Asandimitra, 2018) pada masyarakat Surabaya dan (Herleni & Tasman, 2019) pada pelaku UMKM berhasil membuktikan terdapat pengaruh *Internal Locus of Control* terhadap *Financial Management*. Akan tetapi dalam penelitian (Ramadhan & Asandimitra, 2019) pada Generasi Milenial dan (Baptista & Dewi, 2021) pada usia produktif di Semarang menyatakan bahwa *Internal Locus of Control* tidak berpengaruh pada *Financial Behavior*.

Fenomena yang disebutkan di atas mendorong untuk menguji dan mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen, baik secara langsung ataupun melalui *internal locus of control* yang memediasi variabel. Riset gap pada penelitian ini yaitu masih adanya perbedaan hasil dan pendapat pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Tidak konsistennya hasil penelitian pada penelitian sebelumnya dengan teori yang ada sehingga variabel dapat diteliti kembali. Mahasiswa yang termasuk Generasi Z dipilih sebagai objek penelitian dengan alasan Generasi Z termasuk ke dalam golongan masyarakat dengan usia produktif 18 – 25 tahun yang diharapkan untuk memiliki kemampuan pemahaman mengenai fasilitas yang disediakan keuangan digital yang saat ini tersedia. Penelitian yang akan dilakukan memiliki fokus pada mahasiswa Generasi Z yang menggunakan aplikasi *e-wallet* seperti Gojek, OVO, ShopeePay, DANA,

dan LinkAja yang menjadi fokus utama penelitian. Aplikasi *e-wallet* dipilih bersumber pada 5 besar layanan *e-wallet* terpopuler yang ditentukan oleh survei Populix yang dilakukan pada May 2022. Maka penelitian ini berjudul **“Perilaku Transaksi Keuangan Pada Pengguna E-Wallet (Studi Kasus pada Mahasiswa di Jabodetabek)”**.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya dari (Rahmawati & Haryono, 2020), dengan satu variabel eksogen yaitu *income* dihilangkan dari model penelitian karena tidak ada hubungannya dengan *Financial Behavior* dan juga beberapa penelitian sebelumnya yang mendukung, salah satunya dilakukan oleh (Herdjiono & Damanik, 2016) dan (Budiono, 2020). Penelitian ini menggunakan tiga variabel berikut: dua variabel independen yaitu *Financial Knowledge* dan *Financial Attitude*, satu variabel dependen yaitu *Financial Behavior*, dan satu variabel mediasi yang digunakan adalah *Internal Locus of Control*.

Financial Behavior digunakan sebagai variabel dependen sebab merupakan topik yang menarik untuk mengetahui apakah mahasiswa Jabodetabek menunjukkan keterampilan manajemen keuangan yang baik. *Financial Behavior* merupakan cara individu menangani uang yang mereka peroleh dan gunakan untuk mendukung kebutuhan mereka saat ini sambil

tetap memperhatikan kehidupan jangka panjang mereka (Purwidiyanti & Mudjiyanti, 2016).

Variabel independen *Financial Knowledge* diasumsikan berpengaruh terhadap variabel dependen penelitian ini, *Financial Behavior*. Kurangnya pengetahuan keuangan menjadi sumber penyebab kesalahan pengelolaan keuangan dan berujung pada pengambilan pertimbangan keuangan yang kurang tepat. Pengetahuan finansial tidak hanya dapat memengaruhi cara seseorang membelanjakan uangnya, tetapi juga dapat bermanfaat secara ekonomi (Siswanti & Halida, 2020).

Financial Attitude didefinisikan sebagai variabel yang menginterpretasikan perasaan serta sikap individu terhadap pemecahan suatu persoalan dan pengelolaan keuangan. Sikap keuangan menentukan perilaku keuangan seseorang, dan mereka yang tidak menanggapi masalah keuangannya dengan bijak sering menunjukkan perilaku keuangan yang buruk (Marsh, 2006).

Internal Locus of Control sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini menggambarkan interpretasi terhadap karakteristik psikologis individu dalam menghadapi pengelolaan keuangan. *Locus of control* adalah keyakinan pada kemampuan seseorang untuk mengendalikan diri sendiri dengan melihat peristiwa-peristiwa yang dihadapinya (Prihartono & Asandimitra, 2018). Keyakinan ini didasari pada unsur pengelolaan keuangan yang memerlukan pengendalian diri untuk memenuhinya dengan

memprioritaskan kebutuhan dan mengambil tindakan yang akan menentukan keberhasilan atau kegagalannya (Rahmawati & Haryono, 2020).

Penelitian ini menggunakan objek mahasiswa yang berdomisili di Jabodetabek dan merupakan pengguna aplikasi *e-wallet* Gopay, OVO, ShopeePay, DANA, dan Link Aja.

1.3 Identifikasi Masalah

Sebagai hasil dari pembahasan latar belakang masalah, identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Utomo & Heriyanto (2022) melakukan survey pada IDN Research Institute dan Populix.com dan menunjukkan hasil bahwa Generasi Z (Gen Z) masih banyak yang belum menyisihkan sebagian uangnya untuk menabung dan berinvestasi serta lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan.
2. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022), hanya 49,38% masyarakat Indonesia yang dianggap memiliki literasi keuangan tingkat nasional.
3. We Are Social, (2023) menjelaskan bahwa pertukaran informasi semakin cepat di Indonesia mengingat tingginya jumlah

pengguna media sosial yang aktif sebanyak 212,9 juta pada Januari 2023 dan pengguna aktif sosial media sebanyak 167 juta, hal ini akan menyebabkan munculnya tren yang nantinya menyebabkan kebiasaan konsumsi masyarakat Indonesia meningkat. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

1.4 Rumusan Masalah

Kurangnya *Financial Knowledge* menjadi sumber penyebab kesalahan pengelolaan keuangan dan berujung pada pengambilan pertimbangan keuangan yang kurang tepat. Pengetahuan finansial tidak hanya dapat memengaruhi cara seseorang membelanjakan uangnya, tetapi juga dapat bermanfaat secara ekonomi (Siswanti & Halida, 2020). *Financial Attitude* menentukan perilaku keuangan seseorang, dan mereka yang tidak menanggapi masalah keuangannya dengan bijak sering menunjukkan perilaku keuangan yang buruk (Marsh, 2006). Keyakinan pada kemampuan seseorang untuk mengendalikan diri sendiri didasari pada unsur pengelolaan keuangan yang memerlukan pengendalian diri untuk memenuhinya dengan memprioritaskan kebutuhan dan mengambil tindakan yang akan menentukan keberhasilan atau kegagalannya (Rahmawati & Haryono, 2020).

1.5 Pertanyaan Penelitian

Permasalahan yang akan diteliti dan dibahas pada penelitian ini didasarkan pada latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas yaitu:

1. Apakah *Financial Knowledge* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Jabodetabek pengguna *e-wallet*?
2. Apakah *Financial Attitude* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Jabodetabek pengguna *e-wallet*?
3. Apakah *Internal Locus of Control* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Jabodetabek pengguna *e-wallet*?
4. Apakah *Financial Knowledge* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Internal Locus of Control* pada mahasiswa di Jabodetabek pengguna *e-wallet*?
5. Apakah *Financial Knowledge* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Internal Locus of Control* pada mahasiswa di Jabodetabek pengguna *e-wallet*?
6. Apakah *Internal Locus of Control* mampu memediasikan hubungan positif antara *Financial Knowledge* terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Jabodetabek pengguna *e-wallet*?

7. Apakah *Internal Locus of Control* mampu memediasaikan hubungan positif antara *Financial Attitude* terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Jabodetabek pengguna *e-wallet*?

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sesuai penjelasan dari rumusan masalah yang diberikan di atas adalah:

1. Menguji dan menganalisa adanya pengaruh positif *Financial Knowledge* terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Jabodetabek.
2. Menguji dan menganalisa adanya pengaruh positif *Financial Attitude* terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Jabodetabek.
3. Menguji dan menganalisa adanya pengaruh positif *Internal Locus of Control* terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Jabodetabek.
4. Menguji dan menganalisa adanya pengaruh positif *Financial Knowledge* terhadap *Internal Locus of Control* pada mahasiswa di Jabodetabek.
5. Menguji dan menganalisa adanya pengaruh positif *Financial Attitude* terhadap *Internal Locus of Control* pada mahasiswa di Jabodetabek.

6. Menguji dan menganalisa kemampuan *Internal Locus of Control* dalam memediasikan *Financial Knowledge* terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Jabodetabek.
7. Menguji dan menganalisa kemampuan *Internal Locus of Control* dalam memediasikan *Financial Attitude* terhadap *Financial Behavior* pada mahasiswa di Jabodetabek.

1.7 Manfaat Penelitian

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Bagi Akademisi

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan bukti empiris yang dapat digunakan sebagai referensi atau untuk penelitian lebih lanjut dan juga menjadi pengarah dalam proses belajar mengajar serta pengetahuan mengenai *Financial Behavior*.

b) Bagi Pihak Lainnya

Temuan penelitian ini diharapkan dapat dimasukkan, dikembangkan, dan digunakan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian di bidang lain.

1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pertama menjelaskan secara singkat tentang latar belakang dan gambaran umum yang menjadi dasar penelitian dan juga menguraikan fenomena dalam penelitian. Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan tersebut terbentuklah rumusan masalah dan tujuan penelitian. Pada bab I ini juga membahas tentang batasan penelitian dan selanjutnya dijelaskan mengenai manfaat yang didapatkan dari penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORITIS

Tinjauan pustaka disajikan dan dijelaskan dalam bab ini dari berbagai sumber. Bab ini menjelaskan teori dan konsep dasar yang akan diterapkan untuk menjawab masalah penelitian. Penelitian sebelumnya juga dibahas dalam bab ini untuk mendukung dan menjelaskan pemikiran penelitian dan bagaimana hipotesis penelitian terbentuk.

BAB III METODOLOGI

Metodologi penelitian merupakan pokok bahasan Bab 3. Bab ini membahas secara mendalam tentang objek penelitian, proses pemilihan sampel, jenis dan sumber data penelitian, serta penjelasan variabel yang digunakan dan operasionalnya. Bab ini juga membahas teknik pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dimulai dengan gambaran umum objek penelitian, analisis dan pembahasan hasil penelitian, serta implikasi manajerial. Selain itu, variabel yang digunakan akan dianalisis dalam bab ini.

BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN

Akan diuraikan temuan dari analisis yang dilakukan pada bab terakhir penelitian ini, menyarankan rekomendasi yang diperlukan, dan juga membahas keterbatasan.

