

Pengaruh Literasi Keuangan dan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Provinsi Bengkulu

Syndi Dewi Annisa ¹, Ewel Hektiana ², Faqih Nur Rahman ³, Gusti Puspita Sari ⁴,
Adhitya Mahendra ⁵, Albar Armanda Farabi ⁶

Universitas: Universitas Bengkulu ^{1,2,3,4,5,6}

Email: sindydewianisa@gmail.com ¹, ewelekti@gmail.com ², faqih.rahman2005@gmail.com ³,
gustipuspita9@gmail.com ⁴, mahendraadhitya5@gmail.com ⁵,
farabialbararmanda@gmail.com ⁶

Info Artikel

Submitted: 28 Agustus 2026

Revised: 09 September 2026

Accepted: 29 September 2026

Published: 12 Oktober 2026

Keywords: Price Perception,
Brand Loyalty, Purchase
Decision

Kata Kunci: Persepsi Harga,
Loyalitas Merek, Keputusan
Pembelian

Abstract

The rapid growth of digital transactions in Indonesia has increased public reliance on electronic money (e-money) as a means of payment, a condition that may influence consumption patterns if not accompanied by adequate financial literacy. This study aims to analyze the effect of financial literacy and e-money usage on consumptive behavior among the community in Bengkulu Province. A quantitative approach was employed, involving 100 respondents selected through purposive sampling, namely individuals aged 17–50 years residing in Bengkulu Province, holding an active e-money account, and having a basic understanding of personal financial management. The data were analyzed using the Partial Least Square (PLS) method. The results show that financial literacy has a positive and significant effect on consumptive behavior, while e-money usage has no significant effect. The R² value of 0.068 indicates that the two variables explain only 6.8% of the variation in consumptive behavior, with the remaining 93.2% explained by other factors outside the model. These findings suggest that good financial understanding does not always translate into self-control in spending, indicating that financial literacy needs to be accompanied by awareness and discipline in managing personal finances to prevent excessive consumption.

Abstrak

Perkembangan transaksi digital di Indonesia mendorong masyarakat semakin bergantung pada uang elektronik (e-money) sebagai alat pembayaran, sebuah kondisi yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif masyarakat Provinsi Bengkulu. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling, yaitu masyarakat berusia 17–50 tahun yang berdomisili di Provinsi Bengkulu, memiliki akun aktif e-money, serta memahami dasar-dasar pengelolaan keuangan pribadi. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara penggunaan e-money tidak terbukti berpengaruh signifikan. Nilai R² sebesar 0,068 mengindikasikan bahwa kedua variabel hanya mampu menjelaskan 6,8% variasi perilaku konsumtif, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman finansial yang baik tidak selalu diikuti oleh pengendalian diri dalam berbelanja, sehingga literasi keuangan perlu diiringi



kesadaran dan disiplin dalam mengelola keuangan agar tidak memicu konsumsi berlebihan.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam sistem pembayaran. Sistem pembayaran digital memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi sesuai dengan kebutuhan masyarakat di era transformasi digital (Khan & Abideen, 2023). Salah satu instrumen pembayaran yang semakin banyak digunakan adalah uang elektronik atau *electronic money (e-money)*, yaitu alat pembayaran dalam bentuk elektronik yang dananya disimpan pada media berbasis chip atau server (Dewi, 2021). *Penggunaan e-money* di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat. Pada Februari 2025, nilai transaksi *e-money* mencapai Rp63,7 triliun, lebih tinggi dibandingkan kartu ATM/debit sebesar Rp42,1 triliun dan kartu kredit sebesar Rp34,1 triliun. Nilai transaksi *e-money* bahkan mencapai Rp68,1 triliun pada Desember 2024 (GoodStats, 2026). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *e-money* telah menjadi salah satu instrumen pembayaran yang semakin penting dalam aktivitas transaksi masyarakat.

Peningkatan penggunaan *e-money* tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi. Transaksi non-tunai dapat mengurangi persepsi seseorang terhadap jumlah uang yang dikeluarkan karena tidak adanya bentuk fisik uang, sehingga berpotensi meningkatkan pengeluaran (Grohmann, 2018). Selain itu, kemudahan layanan keuangan digital dapat mendorong pembelian impulsif dan menyebabkan seseorang kehilangan kendali terhadap pengeluaran (*lose control over spending*) (Panos & Wilson, 2020; Aryadiputra et al., 2025). Kondisi tersebut dapat mendorong perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan melakukan pembelian secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara rasional. Apabila tidak dikendalikan, perilaku konsumtif dapat menimbulkan masalah keuangan dan berdampak pada penurunan kualitas hidup (Mahrunnisya et al., 2018). Oleh karena itu, perkembangan penggunaan *e-money* perlu diikuti dengan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara bijak.

Salah satu faktor yang berperan dalam mengendalikan perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan dalam mengambil keputusan serta mengelola keuangan untuk

mencapai kesejahteraan finansial (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Tingkat literasi keuangan yang baik dapat membantu seseorang mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional (Yang et al., 2023). Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025, indeks literasi keuangan nasional mencapai 69,57 persen, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 93,61 persen (Otoritas Jasa Keuangan, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa pemahaman dan akses masyarakat terhadap produk serta layanan keuangan terus berkembang. Namun, peningkatan akses terhadap layanan keuangan perlu diikuti dengan kemampuan literasi keuangan yang memadai agar masyarakat mampu menggunakan produk dan layanan keuangan secara bijak, termasuk dalam melakukan transaksi digital.

Sejumlah penelitian telah mengkaji pengaruh literasi keuangan dan penggunaan emoney terhadap perilaku konsumtif, tetapi menunjukkan hasil yang belum konsisten. Yulita et al. (2023) menemukan bahwa *e-money* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan Dewi (2021) menemukan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, Fariana et al. (2021) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sementara Light dan Poniman (2024) menemukan bahwa literasi keuangan dan penggunaan emoney sebagian tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan adanya research gap, khususnya mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian yang mengkaji kedua faktor tersebut secara bersamaan pada masyarakat di Provinsi Bengkulu masih terbatas. Kondisi Provinsi Bengkulu juga memiliki karakteristik yang menarik untuk dikaji karena tingkat inklusi keuangan perlu diimbangi dengan peningkatan literasi keuangan agar akses terhadap layanan keuangan tidak mendorong penggunaan yang kurang bijak.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Provinsi Bengkulu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami perilaku keuangan masyarakat serta mendorong penggunaan layanan pembayaran digital secara lebih bijak.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2026 di Provinsi Bengkulu. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Provinsi Bengkulu. Sampel penelitian terdiri dari

100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah: (1) Jenis kelamin ; (2) berdomisili di Provinsi Bengkulu 17–50 tahun; (3) berusia 17–50 tahun ; (4) memiliki akun aktif pada layanan *e-money* ; dan (5) mengetahui dasar-dasar pengelolaan keuangan pribadi, seperti menabung atau mengatur pengeluaran. Dalam analisis data penelitian menggunakan *Partial Least Square* (PLS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 2
Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Frekuensi
Jenis Kelamin	Perempuan	61	61%
	Laki-laki	39	39%
Total		100	100%
Usia	17-50 tahun	100	100%
Domisili	Provinsi Bengkulu	100	100%
Penggunaan <i>E-money</i>	Memiliki akun aktif	100	100%

Sumber: Data Olahan

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh perempuan sebanyak 61 orang (61%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 39 orang (39%). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi responden perempuan dalam penelitian ini lebih tinggi dibandingkan dengan responden laki-laki. Dominasi responden perempuan dalam penelitian ini dapat dikaitkan dengan kecenderungan perempuan yang lebih aktif dalam melakukan aktivitas konsumsi serta menggunakan layanan pembayaran digital, termasuk *e-money*. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa perempuan memiliki kecenderungan perilaku konsumtif yang lebih tinggi serta lebih aktif dalam menggunakan layanan keuangan digital dibandingkan laki-laki (Saputri & Pratama, 2021; Maryam Siti et al., 2024). Sementara itu, seluruh responden dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, sehingga karakteristik lainnya, seperti usia, domisili, dan penggunaan *e-money*, memiliki persentase sebesar 100%.

Pada penghitungan awal, beberapa variabel dinyatakan tidak valid, karena memiliki nilai loading factor $<0,7$; sehingga beberapa indikator harus dihilangkan. Setelah dilakukan penghitungan ulang dan penghapusan indikator yang tidak valid, hasil perhitungan menunjukkan bahwa setiap item telah diverifikasi sebagai valid (Tabel 3), karena seluruh indikator memiliki nilai $>0,7$. Dengan demikian, penelitian ini dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya, yaitu pengujian validitas.

Tabel 3
Outer Model

Item Pernyataan	Variabel			Keterangan
	X1	X2	Y	
X1.1	0,970			Valid
X1.2	0,970			
X1.3	0,966			
X1.4	0,912			
X1.5	0,911			
X2.1		0,730		Valid
X2.2		0,746		
X2.3		0,889		
X2.4		0,899		
Y1.1			0,856	Valid
Y1.2			0,885	
Y1.3			0,895	
Y1.4			0,890	
Y1.5			0,817	
Y1.6			0,809	

Sumber: Data Olahan

Tabel 4
Cross Loading

Item Pernyataan	Variabel		
	(X2)	(X2)	(Y)
X1.1	0.970	0.397	0.268
X1.2	0.970	0,397	0.268

X1.3	0.966	0,359	0.213
X1.4	0.912	0,476	0.241
X1.5	0.911	0,495	0.230
X2.1	0.327	0,730	0.128
X2.2	0.409	0,746	0.115
X2.3	0.322	0,889	0.104
X2.4	0.399	0,899	0.113
Y1.1	0,261	0,173	0,856
Y1.2	0,201	0,095	0,885
Y1.3	0,258	0,110	0,895
Y1.4	0,252	0,091	0,890
Y1.5	0,182	0,161	0,817
Y1.6	0,076	0,086	0,809

Sumber: Data Olahan

Tabel 5
Hasil Cronbach's alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Literasi Keuangan	0.971	0.977	Reliabel
Emoney	0.834	0.891	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0.931	0.944	Reliabel

Sumber: Data Olahan

Composite Reliability adalah nilai yang mengukur indikator tersebut konsisten untuk mengukur variabel latennya variabel dikatakan reliabel jika nilai composite reliability bernilai diatas 0,70. Pada penelitian ini hasil uji *composite reliability* menunjukkan variabel literasi keuangan (x1) bernilai 0,977, variabel *e-money* (x2) bernilai 0,891 dan perilaku konsumtif (y) bernilai 0,944. Variabel-variabel penelitian memiliki nilai diatas 0,70 sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliabel. _

Tabel 6
Pengujian Model Struktur

	R-square
Perilaku Konsumtif	0.068

Sumber: Data Olahan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,068. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan *e-money* mampu menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 6,8%, sedangkan sebesar 93,2% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Dengan demikian, kemampuan variabel literasi keuangan dan *e-money* dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif tergolong lemah.

Tabel 7
Uji Path Coefficient

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	0.245	0.239	0.124	1.970	0.049
X2 -> Y	0.033	0.077	0.134	0.244	0.807

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel *path coefficient* diketahui sebagai berikut, a) literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,245 dan nilai P Values adalah $0,049 < 0,05$, sehingga pengaruh langsung literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif bermakna signifikan (positif); b) *e-money* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,033 dan nilai P Values adalah $0,807 > 0,05$, sehingga pengaruh langsung *e-money* terhadap perilaku konsumtif tidak bermakna signifikan.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, literasi keuangan terbukti memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif. Secara konseptual, literasi keuangan sebagai bentuk pengetahuan finansial semestinya membantu individu dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional sekaligus kemampuan untuk menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Meski demikian, temuan dalam penelitian ini justru memperlihatkan pola hubungan yang

berlawanan, di mana semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki masyarakat, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif yang muncul. Kondisi ini dapat dipahami sebagai akibat dari rasa percaya diri yang meningkat pada individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik, sehingga mereka merasa memiliki kendali lebih besar atas keuangannya dan pada akhirnya lebih leluasa dalam berbelanja, termasuk untuk kebutuhan yang bersifat konsumtif, karena merasa telah memahami konsekuensi serta risiko finansial dari setiap keputusan yang diambil. Dengan demikian, tingginya literasi keuangan seseorang tidak serta-merta menjamin terhindarnya individu tersebut dari perilaku konsumtif, terutama apabila pemahaman finansial yang dimiliki tidak dibarengi dengan kesadaran serta kedisiplinan dalam mengatur keuangan pribadi. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Fariana et al. (2021), yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, penggunaan *e-money* tidak terbukti memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif. Secara konseptual, *e-money* sebagai instrumen pembayaran digital semestinya memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi, sehingga berpotensi memengaruhi pola konsumsi penggunaannya. Meski demikian, temuan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa intensitas maupun frekuensi penggunaan *e-money* tidak secara nyata memengaruhi tinggi rendahnya kecenderungan perilaku konsumtif pada masyarakat yang diteliti. Kondisi ini dapat dipahami bahwa *e-money* pada dasarnya hanya berperan sebagai alat atau media transaksi yang mempermudah pembayaran, bukan sebagai faktor pendorong utama munculnya perilaku konsumtif. Masyarakat cenderung memanfaatkan *e-money* untuk mendukung efisiensi transaksi rutin dan kebutuhan sehari-hari, sehingga kemudahan yang ditawarkan tidak serta-merta mengarahkan penggunaannya pada pola konsumsi yang berlebihan. Dengan demikian, kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain di luar penggunaan *e-money*, seperti kontrol diri, gaya hidup, maupun kondisi keuangan pribadi individu. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Light dan Poniman (2024), yang mengungkapkan bahwa penggunaan *e-money* sebagian tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif masyarakat Provinsi Bengkulu; semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk terlibat dalam perilaku konsumtif. Kebiasaan konsumsi masyarakat Provinsi Bengkulu tidak dipengaruhi oleh penggunaan uang elektronik; tinggi rendahnya penggunaan electronic money seseorang tidak akan meningkatkan ataupun menurunkan perilaku konsumtif masyarakat Provinsi Bengkulu. Dengan demikian, diharapkan masyarakat Provinsi Bengkulu akan memiliki literasi keuangan yang lebih baik yang diiringi dengan kesadaran serta pengendalian diri yang lebih kuat untuk mencegah masalah yang terkait dengan konsumsi berlebihan, serta tetap bijak dalam penggunaan *e-money* agar penggunaannya dapat mendukung efisiensi transaksi dan kesejahteraan finansial, bukan justru mendorong perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryadipura, S., Margaliu, M. F., & Tanjung, M. (2025). How E-Wallet usage triggers impulsive buying in online live shopping platform: Evidence from Indonesia. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 19(2), 124–142. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2025.v19.i02.p02>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1-19. <https://ejournal.stiesia.ac.id/ekuitas/article/view/4669>
- Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The influence of financial literacy, lifestyle and self-control on the consumption behavior of economic education student. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 496–503. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210867>
- Gunawan, A. (2023). Financial Literacy and Use of Financial Technology Payment for Consumptive Behavior. *International Journal of Business Economics*, 4(2), 92-100. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v4i2.14233>
- OECD. (2018). OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion. OECD. <https://www.oecd.org/financial/education/2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf>

- GoodStats. (2024, Juni 12). Nilai transaksi uang elektronik (e-money) sepanjang 2024 capai Rp2,5 kuadriliun. <https://goodstats.id/article/nilai-transaksi-uang-elektronik-sepanjang-2024-capai-rp2-5-kuadriliun-iFpMa>
- Grohmann, A. (2018). Financial literacy and financial behavior: Evidence from the emerging Asian middle class. *Pacific-Basin Finance Journal*, 48, 129–143. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2018.01.007>
- Khan, W. A., & Abideen, Z. U. (2023). Effects of behavioural intention on usage behaviour of digital wallet: The mediating role of perceived risk and moderating role of perceived service quality and perceived trust. *Future Business Journal*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00242-z>
- Light, N., & Poniman, P. (2024). The Effect of Financial Literacy, E-Money Use and Self-Control on Consumptive Behavior. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 12(1), 45–54. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v12i1.2413>
- Mahrunnisya, D., Indriayu, M., & Wardani, D. K. (2018). Peer Conformity through Money Attitudes toward Adolescence's Consumptive Behavior. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(4), 30–37. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i4.163>
- Muridno, D. G., Prayitno, P. H. ., Inayati, R. ., & Munir, S. . (2024). The Influence of Financial Literacy, Pocket Money and Lifestyle on Student Consumptive Behavior on Online Shopping Platforms. *PENANOMICS: International Journal of Economics*, 3(1). <https://doi.org/10.56107/penanomics.v3i1.163>
- Maryam Siti, Rahmawati Dwi Esti, & NM Taufiq. (2024). Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Peran Literasi Keuangan Dan Electronic Wallet. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(4), 1009–1015
- Oktary, D., & Wardhani, F. I. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan E-Money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Indonesia Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 13(1), 11–22. <https://doi.org/10.54840/jei.v13i1.266>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Booklet survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2022. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Booklet-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun2022/BOOKLET%20Survei%20Nasional%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%202022.pdf>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2026). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2025. <https://ojk.go.id/id/Fungsi-Utama/Perilaku-Pelaku-Usaha-Jasa-Keluarga/SNLIK/Pages/SNLIK-2025.aspx>
- Panos, G. A., & Wilson, J. O. S. (2020). Financial literacy and responsible finance in the FinTech era: capabilities and challenges. *European Journal of Finance*, 26(4–5), 297–301. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2020.1717569>
- Saputri, A. D., & Pratama, A. R. (2021). Perbandingan Sikap dan Penerimaan Pengguna Layanan Dompet Digital di Indonesia. *Jurnal KomtekInfo*, 8(2), 154–162. <https://doi.org/10.35134/komtekinfo.v8i2.111>
- Yang, J., Wu, Y., & Huang, B. (2023). Digital finance and financial literacy: Evidence from Chinese households. *Journal of Banking & Finance*, 156, 107005. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2023.107005>