

DAFTAR PUSTAKA

- Adhelia Dan Hendratno. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Chip (Studi Kasus Pada Masyarakat Produktif Di Provinsi DKI Jakarta). *E-Proceeding Of Management*, 2 (2), 5283-5292
- Aksami, N.M.D., & Jember, I.M. (2019). Analisis Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) Layanan *E-Money* Pada Masyarakat Kota Denpasar. *Jurnal EP Unud*, 8(10), 2439-2470.
- Ansong, A., & Gyensare, M. A. (2012). *Determinants of University Working Students' Financial Literacy at the University of Cape Coast, Ghana. International Journal of Business and Management*.
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) Dompot Digital Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Pengguna Di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13-26.
- Arnold, J.M., K.E. Reynolds. 2003. *Hedonic Shopping Motivation. Journal of Retailing*, Vol 79: 77-79.
- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 120-127.
- Cahyati, V.H.I. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Promosi, Motivasi belanja hedonis, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) Dompot digital (*e-wallet*) *Shopeepay* Dalam Transaksi Keuangan. *Undergraduate Thesis, Universitas Internasional Semen Indonesia*.
- Charisma, L., & Suprpti, N.W.S. (2020). Pengaruh Nilai Utilitarian Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Niat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Aplikasi *E-Money* Merek OVO Di Kota Denpasar Dan Kabupaten Badung). *Jurnal Manajemen*, 9(6), 2147-2166.

- Chen, H., & Volpe, R. p. (1998). *An analysis of personal financial literacy among college students. financial service review* 7 (2):107-128, 6.
- Coşkuner, S. (2016). *Understanding Factors Affecting Kepuasan Keuangan: The Influence of Financial Behavior, Literasi keuangan and Demographics. Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, 2(5), 2454–1362.
- Ersaningtyas Dan Susanti. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10 (2), 185-198
- Fajar, B.M., Lutfiyani, & Mirati, T. (2019). Menelusuri Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) OVO Pada Pelanggan Grab Mahasiswa lain Surakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. *Journal Of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 109-122.
- Farahdiba, E.S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengguna Dompot digital (*e-wallet*) Sebagai Alat Transaksi Terhadap Mahasiswa Di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan Dompot digital (*e-wallet*) OVO Di Yogyakarta). Skripsi Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi.
- Fatmawati. (2015) Penerapan Tam Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Giriani, A.P., & Susanti. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *E-Money*. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 6(2), 27-37.
- Gültekin, B., dan Özer L., 2012, *The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying, Journal of Economics and Behavioral Studies*, Vol. 4, No. 3, Maret: pp. 180-189, (ISSN: 2220-6140).

- Hanasari Dan Purnamawati. (2021). Sifat Kolektivisme Sebagai Pemoderasi Pengaruh Motivasi belanja hedonis Dan Motivasi Utilitarian Pada Penggunaan Kebaya. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan*. 8 (3), 32-46
- Harahap, Bustami, Dan Syukrawati. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Saham Syariah. *Al-Fiddoh*, 2 (2), 75-82
- Herlinawati Dan Krisnawati. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung. *E-Proceedings Of Management*, 8 (3)
- Hikmah Dan Triana. (2020). Pengetahuan Investasi. Motivasi Investasi, Literasi Keuangan, Dan Persepsi Risiko Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Pada Pasar Modal. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8 (2), 131-140
- Husna Dan Lubis. (2019). Pengaruh Motivasi Utilitarian Dan Motivasi belanja hedonis Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengunjung *Sport Station* Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. 4 (1), 230-244
- Huston, S. J. (2010). *Measuring financial literacy. Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316.
- Imawati, dkk. 2013. "Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMAN 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012-2013" dalam *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 2 No. 1
- Indahyani, K., & Dewi, I.G.A.K.R.S. (2021). Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan, Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) Dompot Digital (*Shopeepay*) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 12(3), 932-942.
- Joan Dan Sitinjak. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Layanan Pembayaran Digital *Go-Pay*. *Jurnal Manajemen*, 8 (2), 27-39

- Krishna, A, Rofaida, R. dan Sari, M. (2010). "Analisis tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Survey pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia)". *Proceedings of The 4th International Conference on Teacher Education; Join Conference UPI & UPSI Bandung*, Indonesia, pp. 8-10 November 2010.
- Latief, F., Dirwan, & Idris, M. (2021). Determinan Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) Dompot digital (*e-wallet*) *Shopeepay*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3), 157-166.
- Lusardi., A & Mitchell., O. S. (2013). *The Economic Importance Of Financial Literacy: Theory And Evidence. NBER Working Paper No. 18952.*
- Matondang, A. (2018). Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Motivasi Belajar. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(2), 24-32.
- Mudrikah, A. (2021). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) Produk Finansial Teknologi Pada Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi – Teknik*, 1(2), 57-68.
- Nababan, D., & Sadalia, I. (2012). analisis *personal financial liteacy dan financial behavior* mahasiswa strata I fakultas ekonomi universitas sumatera utara (*personal financial liteacy analysis and the financial behavior of undergraduate students of the University of North Sumatra"s econom.*
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan Nasution, D. A. (2020). PENGARUH Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce Shopee* (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu. *Jurnal Ecobisma*, 44.
- Nurchayati Dan Kisworo. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Minat Menggunakan OVO (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Ibnu Chaldun). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3 (2), 25-32

- Octaviana Dan Yusuf. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *E-Money* OVO Di Karawang (Studi Pada Pengguna OVO Di Karawang). *Jurnal Manajemen*, 15 (1), 12-20
- Ozen, H. dan Engizek, N. 2014. *Shopping Online Without Thinking: Being Emotional or Rational?. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Vol. 26 No. 1 pp. 78-93.*
- Pahlevi, R. (2022). Pasar Dompot digital (*e-wallet*) Indonesia Diproyeksikan Capai US\$70MiliarPada2025.
- Pahlevi, R. (2022). Surver Dailysocial: OVO Jadi Dompot Digital Paling Banyak DipakaiMasyarakat.
- Pangestika Dan Rusliati. (2019). Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12 (1), 37-42
- Prasetya, I.G.B.I., & Purnamawati, I.G.A. (2020). Pengaruh Nilai Harga, Motivasi belanja hedonis, Kebiasaan Dan Daya Tarik Promo Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Payment* OVO. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 148-158.
- Pratama Dan Suputra. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 27 (2), 927-953
- Pratama, A.B., & Suputra, I.D.G.D. (2019). Pengaruh Persepsi Masyarakat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektornik. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2), 927-953.
- Putri Dan Lestari. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda Di Jakarta. *Jurnal Riset*, 1 (1), 31-42

- Rangkuty, D.M. (2021). Apakah Penggunaan Dompot digital (*e-wallet*) Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkatkan Di Indonesia?. *Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama*, 1(1), 251-260.
- Rio Rita, M., & Adiputra Pesudo, B. C. (2013). Apakah Mahasiswa Sudah Melek Keuangan? *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 58–65.
- Roestanto, Apriliani. (2017). *Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Penerbit IstanaMedia.
- Romadloniyah Dan Prayitno. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-Money* Pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*. 3 (2), 699-711
- Safitri Dan Hapsari. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Non FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2018. *Journal Of Management*, 5 (2), 267-276
- Saraswati, I.P.D.S., & Purnamawati, I.G.S. (2020). Determinan Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) Dompot digital (*e-wallet*) OVO Pada Transportasi Online Grab. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 68-79.
- Sarwono. (2011). *Psikologi Remaja Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Silaen Dan Prabawani. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan Dompot digital (*e-wallet*) Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Saldo Dompot digital (*e-wallet*) OVO. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8 (4), 155-163
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: ALFABETA.

- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutrisno, (2005). *Manajemen Keuangan, Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Utami, N. T. (2020). *Analysis of behavioral intentions and digital use behavior in undergraduate students of Semarang State University*.
- Venkatesh, V., Thong J. Y. L., & Xu X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Wardani Dan Masdiantini. (2022). Pengaruh Ekspetasi Kinerja, Ekspetasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi belanja hedonis, Dan Nilai Harga Terhadap Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 12 (1), 254-263
- Wardani, L.P.A.K., & Masdianti, P.R. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi belanja hedonis Dan Nilai Harga Terhadap Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) *Quick Response Code Indonesian Standard (Qris)*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 12(1), 254-263.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot digital (*e-wallet*) OVO Di Depok. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54-63.
- Wise, S. (2013). *The Impact of Financial Literacy on New Venture Survival*. *International Journal of Business and Management*, 8 (23), 30-39.
- Yushita, Novi Amanita. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Normal*. 7 (1) :11-26.
- Zahra Dan Sanaji. (2021). Peran Moderasi Motivasi belanja hedonis Pada Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Niat Penggunaan Ulang Layanan Dompot Elektronik Dikalangan Millenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 9(1),57-6

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Diri.**BIODATA DIRI**

Nama : Andi Renanda Az zahra
Tempat, Tanggal Lahir : Bone, 28 juni 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jln Pangandaran RT.12 Berbas Pantai
No. Handphone : 082255503228
E-mail : andirenanda28@gmail.com

Riwayat Pendidikan:**A. Pendidikan Formal**

1. 2006-2012: SDN 013 Bontang
2. 2012-2015: SMPN 1 Bontang
3. 2015-2018: SMAN 10 Samarinda
4. 2018-2023: S1 Universitas Hasanuddin

Makassar, 20 November 2023

Andi R
enanda Az zahra

Lampiran 2 Draft Kuesioner

Literasi Keuangan (X1)		
	Pengetahuan matematis dan pengetahuan standar	
		1. Saya paham dengan istilah-istilah keuangan yang digunakan pada dompet digital OVO
		2. Saya paham dengan istilah " <i>top up</i> " yang digunakan pada dompet digital OVO
		3. Saya paham dengan istilah " <i>transfer</i> " yang digunakan pada dompet digital OVO
		4. Saya paham dengan istilah " <i>QRIS</i> " yang digunakan pada dompet digital OVO
		5. Saya paham dengan istilah " <i>history</i> " yang digunakan pada dompet digital OVO
		6. Saya memiliki pemahaman tentang cara mengoperasikan dompet digital OVO
	Pemahaman Keuangan	
		7. Saya dapat mengelola keuangan dengan baik dengan menggunakan dompet digital OVO dan bertransaksi sesuai budget yang saya tentuka
		8. saya dapat mengetahui pengeluaran yang saya lakukan dengan menggunakan dompet digital OVO
	Kompetensi Keuangan	
		9. Saya berusaha menyimpan uang untuk ditabung yang bisa digunakan bila ada kepentingan yang mendesak
		10. Saya merasa tabungan mempermudah untuk memenuhi kebutuhan di masa mendatang
	Pemahaman Resiko Keuangan	
		11. Ketika saya menginginkan suatu barang namun saya tidak memiliki uang membelinya, saya tidak akan meminjam uang untuk membeli barang tersebut
		12. Saya berusaha menyimpan uang untuk ditabung yang bisa digunakan bila ada kepentingan yang mendesak

	Tanggung Jawab Keuangan
	13. Saya merasa perlu untuk menyisihkan uang untuk melakukan investasi
	14. Saya merasa mampu mengelola investasi dan bisnis yang saya akan lakukan dengan baik
Motivasi Belanja Hedonis (X2)	
	<i>Adventures Shopping</i>
	15. Saya merasakan sensasi berpetualang dalam berbelanja menemukan produk baru dan menarik dengan menggunakan Aplikasi OVO
	16. Menggunakan aplikasi OVO merupakan suatu yang menggairahkan bagi saya
	<i>Shopping Idea</i>
	17. Saya dapat memperoleh informasi baru tentang berbagai produk saat melakukan pembelian menggunakan aplikasi OVO.
	18. Saya menggunakan aplikasi OVO untuk mengikuti trend saat ini
	19. Saya menggunakan aplikasi OVO untuk mencoba hal yang baru
	<i>Shopping Value</i>
	20. Saya memilih untuk melakukan pembayaran menggunakan aplikasi OVO karena seringkali memperoleh barang secara diskon.
	<i>Social Shopping</i>
	21. Saya memilih melakukan pembayaran dengan menggunakan aplikasi OVO karena dapat <i>sharing</i> dengan teman atau kerabat.
	<i>Shopping Relaxation</i>
	22. Bagi saya, melakukan pembayaran dengan menggunakan aplikasi OVO adalah salah satu cara untuk menghibur diri dan meminimalisir stress pada penggunaan uang fisik.
Kemudahan Penggunaan (X3)	
	Mudah Digunakan

		23. Saya memilih menggunakan Aplikasi OVO karena mudah digunakan
	Dapat Dikontrol	
		24. Saya memilih menggunakan Aplikasi OVO karena dapat mengontrol penggunaannya sesuai kebutuhan saya
	Jelas dan Dapat Dipahami	
		25. Instruksi yang diberikan OVO sangat jelas dan mudah dipahami
	Fleksibel	
		26. Menggunakan Aplikasi OVO dapat bertransaksi dimanapun dan kapanpun
	Mudah Dioperasikan	
		27. Sangat mudah mengoperasikan aplikasi OVO sehingga penggunaannya mahir menggunakan fitur-fitur yang ada didalamnya.
Minat Penggunaan (Y)		
	Niat Menggunakan di Masa mendatang	
		28. Saya akan terus menggunakan aplikasi OVO dimasa yang akan datang
		29. Aplikasi OVO sangat praktis sehingga cocok digunakan untuk masa depan
	Niat Untuk Selalu Menggunakan Suatu Sistem dalam Kehidupan Sehari-Hari	
		30. Saya akan menggunakan <i>E-Wallet</i> OVO dalam sebagai aplikasi pembayaran di kehidupan sehari-hari
		31. Saya akan menggunakan OVO dalam proses <i>Budgeting</i> pengelolaan keuangan saya
	Rencana Untuk Menggunakan Sistem Sesering Mungkin	
		32. Saya akan menggunakan OVO setiap melakukan transaksi pembelian
		33. Ovo merupakan sistem yang efektif dalam melakukan pembayaran disetiap transaksi

akuntansi	2019	5	6	6	7	4	5	2	2	6	7	6	3	6	5	70	2	6	5	6	2	6	2	6	39	4	3	4	5	3	19	6	5	6	6	6	7	36	60	
limu Ekonomi	2019	4	4	6	6	4	6	5	5	6	6	4	4	4	4	68	6	3	5	4	5	4	5	5	43	5	3	3	3	19	6	6	6	6	6	6	6	36	60	
limu Ekonomi	2020	6	5	7	7	6	6	2	2	6	6	2	2	4	4	67	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	20	4	5	6	6	6	4	31	58	
manajemen	2019	7	5	6	7	4	6	3	4	6	7	5	4	6	73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	20	7	7	7	7	7	7	36	60	
manajemen	2020	5	4	5	6	6	5	4	4	5	5	1	6	4	65	5	6	4	4	3	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	20	6	5	4	5	3	26	50		
manajemen	2021	3	4	7	6	6	7	5	5	7	6	6	4	4	71	6	5	5	5	7	3	3	3	4	42	3	3	5	6	3	20	6	6	6	6	4	3	31	56	
manajemen	2021	6	4	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	6	4	6	5	5	5	5	5	5	46	5	4	6	7	5	27	4	4	4	4	4	5	25	46	
manajemen	2019	6	4	6	7	6	6	4	4	5	4	4	4	4	73	6	6	6	6	6	6	6	6	54	6	6	6	6	6	30	5	7	4	5	5	6	32	59		
manajemen	2020	6	6	7	7	6	7	2	1	6	7	4	1	7	5	72	6	5	5	5	7	3	3	4	42	3	3	5	6	3	20	7	7	7	7	7	7	32	57	
manajemen	2019	5	5	6	6	5	5	4	5	4	5	4	4	4	68	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54	6	6	6	6	30	3	4	4	4	4	4	4	6	25	47
manajemen	2019	6	7	7	7	6	7	5	3	7	7	6	4	4	77	86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35	64	
manajemen	2019	5	5	7	5	5	7	4	7	7	4	5	6	7	5	79	3	2	2	2	4	4	4	6	30	7	6	6	6	31	6	7	7	6	5	4	5	35	64	
manajemen	2019	5	5	7	5	5	7	1	3	5	5	6	5	7	7	5	6	4	4	3	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	20	7	7	7	7	7	7	6	37	67
manajemen	2020	6	6	7	7	6	7	2	1	6	7	4	1	7	5	72	6	5	5	5	7	3	3	4	42	3	3	5	6	3	20	7	7	7	7	7	7	7	32	57
manajemen	2020	4	5	5	7	6	7	3	3	7	7	4	1	5	5	69	6	4	5	6	5	5	5	5	46	5	4	6	7	5	27	4	6	5	6	6	5	32	60	
akuntansi	2020	6	4	6	5	3	6	4	4	4	4	4	4	4	5	64	6	6	6	6	6	6	6	54	6	6	6	6	6	30	5	5	5	4	4	6	29	53		
akuntansi	2021	5	4	7	7	7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	67	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	44	
akuntansi	2021	6	6	7	6	6	7	6	6	7	6	6	6	7	5	87	6	6	6	6	6	6	6	6	54	6	6	6	6	6	30	6	7	6	6	5	6	36	66	
limu Ekonomi	2019	6	4	5	7	7	4	3	3	6	7	4	7	5	73	7	7	7	7	7	7	7	7	7	63	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	7	7	42	77	
limu Ekonomi	2019	7	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	81	2	6	6	6	6	6	6	6	50	6	6	6	6	30	4	5	4	4	4	4	6	27	50	
limu Ekonomi	2020	7	2	7	5	2	7	4	2	6	4	7	5	7	4	69	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	2	5	6	6	4	4	4	28	54	
limu Ekonomi	2020	6	4	6	7	4	4	5	4	6	6	6	4	4	4	70	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	25	6	6	4	4	4	4	5	29	52
limu Ekonomi	2020	5	4	7	6	5	6	4	3	6	7	4	4	4	4	72	7	7	7	7	7	7	7	7	63	7	7	7	7	7	35	5	7	4	5	7	33	61		
limu Ekonomi	2020	3	4	3	1	5	7	4	3	4	3	4	1	4	4	50	6	5	4	5	6	7	6	5	48	5	6	7	6	5	29	1	2	4	4	5	17	34		
limu Ekonomi	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	54	5	5	3	1	4	6	6	3	37	5	4	6	5	7	27	3	4	4	5	4	5	25	47	
limu Ekonomi	2020	3	4	3	1	5	7	7	4	3	4	1	1	4	4	50	2	6	5	6	2	6	2	6	39	4	3	4	5	3	19	1	2	4	4	7	19	37		
limu Ekonomi	2019	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	66	3	5	4	5	4	5	5	5	43	5	5	3	3	19	3	4	4	5	4	5	26	49		
limu Ekonomi	2020	5	5	7	4	4	6	3	2	5	5	4	5	5	5	68	6	3	4	5	4	5	4	5	40	5	4	5	3	19	6	6	4	5	6	5	6	32	60	
manajemen	2019	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	3	4	4	59	6	4	5	6	6	5	7	5	5	40	4	7	3	4	5	23	2	7	3	3	6	24	46		
manajemen	2021	6	6	7	7	6	2	4	6	6	6	2	4	4	5	74	4	3	3	1	3	4	3	2	27	3	3	4	5	3	18	7	7	7	6	6	5	38	69	
limu Ekonomi	2021	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	5	3	6	6	82	3	3	5	3	3	3	2	30	4	3	3	2	3	15	4	5	5	6	5	3	28	52		
akuntansi	2021	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	5	3	6	7	84	4	4	2	5	7	4	4	6	40	7	6	6	5	7	32	7	7	7	7	7	7	4	39	71
akuntansi	2019	7	6	7	7	7	5	5	7	7	7	7	7	7	7	80	5	7	4	5	2	2	4	6	40	4	6	6	6	6	32	7	7	7	7	7	7	4	39	71
akuntansi	2019	6	5	7	7	7	6	5	5	7	7	6	6	6	6	87	4	4	6	5	6	3	7	7	46	4	4	6	3	3	20	6	6	6	6	5	5	34	62	
akuntansi	2019	6	5	7	7	7	6	5	5	7	7	6	6	6	6	87	6	5	5	3	4	7	5	44	5	4	5	5	3	22	6	6	6	6	5	5	34	62		
akuntansi	2019	3	4	7	7	3	5	4	4	4	7	3	5	5	5	65	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	20	4	7	5	6	4	31	58		
akuntansi	2019	5	7	6	6	7	2	3	7	7	7	4	7	7	7	92	3	2	2	2	2	4	4	6	30	7	6	6	6	31	7	7	7	7	7	7	7	4	39	71
akuntansi	2020	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	84	6	4	4	3	4	3	4	4	38	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	38	63	
akuntansi	2020	6	6	6	7	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	86	4	4	5	6	5	5	5	5	46	5	4	6	7	5	27	5	7	6	6	5	5	30	54	
akuntansi	2020	5	7	7	6	3	4	1	1	7	7	2	7	2	7	68	6	4	5	6	5	5	5	5	46	5	4	6	7	5	27	5	7	6	7	6	5	33	61	
akuntansi	2020	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	2	6	6	86	6	6	6	6	6	6	6	6	54	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	6	6	36	66
limu Ekonomi	2021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	20	6	7	4	4	4	29	52		
akuntansi	2021	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	86	6	6	6	6	6	6	6	6	54	6	6	6	6	6	30	6	7	6	6	5	6	32	60	
akuntansi	2021	6	7	7	7	6	2	1	7	7	6	3	7	7	7	80	7	7	7	7	7	7	7	7	63	7	7	7	7	7	35	7	7	7	7	7	7	6	40	73
Manajemen	2021	7	5	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	90	2	6	6	6	6	6	6	6	50	6	6	6	6	6	30	7	7	6	7	6	6	6	39	71
limu Ekonomi	2019	7	5	6	7	6	7	6	7	6	6	7	7	6	7	90	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	20	7	7	6	7	6	4	37	67	
akuntansi	2019	7	6	7	6	6	7	5	6	6	6	6	6	6	6	82	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	25	6	7	6	6	5	35	65		
Manajemen	2019	5	5	5	5	5	5	3	1	2	2	5	1	6	2	52	7	7	7	7	7	7	7	7	63	7	7	7	7	7	35	6	7	5	7	3	33	60		
Manajemen	2019	5	6	7	6	7	4	3	4	5	7	4	6	4	74	6	5	4	5	6</																				

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. UJI VALIDITAS

Validitas X1.

		Correlations														Literasi Keuangan (X1)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	
X1.1	Pearson Correlation	1	.377**	.352**	.364**	.386**	.301**	.074	.006	.288**	.220**	.228**	.171**	.251**	.307**	.517**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.198	.911	<.001	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.2	Pearson Correlation	.377**	1	.326**	.148**	.295**	.267**	-.012	-.014	.235**	.237**	.201**	.083	.300**	.318**	.457**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.010	<.001	<.001	.838	.810	<.001	<.001	<.001	.148	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.3	Pearson Correlation	.352**	.326**	1	.301**	.297**	.424**	-.088	-.145*	.350**	.269**	.400**	-.009	.333**	.188**	.469**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.240	.012	<.001	<.001	<.001	.882	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.4	Pearson Correlation	.364**	.148**	.301**	1	.403**	.445**	.103	-.026	.403**	.408**	.438**	.120*	.312**	.224**	.570**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.010	<.001		<.001	<.001	.073	.650	<.001	<.001	<.001	.036	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.5	Pearson Correlation	.386**	.295**	.297**	.403**	1	.479**	.173**	.202**	.344**	.372**	.240**	.234**	.425**	.317**	.652**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	.003	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.6	Pearson Correlation	.301**	.267**	.424**	.445**	.479**	1	.214**	.077	.459**	.354**	.449**	.158**	.325**	.282**	.652**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	.183	<.001	<.001	<.001	.006	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.7	Pearson Correlation	.074	-.012	-.068	.103	.173**	.214**	1	.747**	.255**	.146*	.249**	.476**	.159**	.179**	.512**
	Sig. (2-tailed)	.198	.838	.240	.073	.003	<.001		<.001	<.001	.011	<.001	<.001	.005	.002	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.8	Pearson Correlation	.006	-.014	-.145*	-.026	.202**	.077	.747**	1	.191**	.073	.102	.498**	.134*	.157**	.432**
	Sig. (2-tailed)	.911	.810	.012	.650	<.001	.183	<.001		<.001	.204	.075	<.001	.020	.006	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.9	Pearson Correlation	.288**	.235**	.350**	.403**	.344**	.459**	.255**	.191**	1	.578**	.519**	.070	.335**	.271**	.658**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.222	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.10	Pearson Correlation	.220**	.237**	.269**	.408**	.372**	.354**	.146*	.073	.578**	1	.532**	.273**	.413**	.221**	.633**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.011	.204	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.11	Pearson Correlation	.228**	.201**	.400**	.438**	.240**	.449**	.249**	.102	.519**	.532**	1	.324**	.397**	.161**	.654**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.075	<.001	<.001		<.001	<.001	.005	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.12	Pearson Correlation	.171**	.083	-.009	.120*	.234**	.158**	.476**	.498**	.070	.273**	.324**	1	.269**	.204**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.003	.148	.882	.036	<.001	.006	<.001	<.001	.222	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.13	Pearson Correlation	.251**	.300**	.333**	.312**	.425**	.325**	.159**	.134*	.335**	.413**	.397**	.269**	1	.339**	.628**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.005	.020	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X1.14	Pearson Correlation	.307**	.318**	.188**	.224**	.317**	.282**	.179**	.157**	.271**	.221**	.161**	.204**	.339**	1	.524**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	.006	<.001	<.001	.005	<.001	<.001		<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303
Literasi Keuangan (X1)	Pearson Correlation	.517**	.457**	.469**	.570**	.652**	.652**	.512**	.432**	.658**	.633**	.654**	.529**	.628**	.524**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303	303

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas X2.

		Correlations								Motivasi Belanja Hedonis (X2)
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
X2.1	Pearson Correlation	1	.376**	.355**	.407**	.570**	.377**	.580**	.183**	.643**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X2.2	Pearson Correlation	.376**	1	.695**	.692**	.463**	.650**	.463**	.466**	.781**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X2.3	Pearson Correlation	.355**	.695**	1	.738**	.576**	.347**	.474**	.510**	.782**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X2.4	Pearson Correlation	.407**	.692**	.738**	1	.628**	.495**	.453**	.697**	.843**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X2.5	Pearson Correlation	.570**	.463**	.576**	.628**	1	.301**	.556**	.378**	.741**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X2.6	Pearson Correlation	.377**	.650**	.347**	.495**	.301**	1	.605**	.461**	.707**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X2.7	Pearson Correlation	.580**	.463**	.474**	.453**	.556**	.605**	1	.515**	.776**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303
X2.8	Pearson Correlation	.183**	.466**	.510**	.697**	.378**	.461**	.515**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303
Motivasi Belanja Hedonis (X2)	Pearson Correlation	.643**	.781**	.782**	.843**	.741**	.707**	.776**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	303	303	303	303	303	303	303	303	303

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas X3.

		Correlations					Kemudahan Penggunaan (X3)
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson Correlation	1	.758**	.696**	.515**	.793**	.878**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303
X3.2	Pearson Correlation	.758**	1	.555**	.456**	.755**	.826**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303
X3.3	Pearson Correlation	.696**	.555**	1	.756**	.750**	.880**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303
X3.4	Pearson Correlation	.515**	.456**	.756**	1	.579**	.774**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	303	303	303	303	303	303
X3.5	Pearson Correlation	.793**	.755**	.750**	.579**	1	.910**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	303	303	303	303	303	303
Kemudahan Penggunaan (X3)	Pearson Correlation	.878**	.826**	.880**	.774**	.910**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	303	303	303	303	303	303

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Y.

		Correlations						Minat Penggunaan (Y)
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
Y.1	Pearson Correlation	1	.577**	.598**	.564**	.378**	.064	.789**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	.268	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303
Y.2	Pearson Correlation	.577**	1	.486**	.343**	.298**	-.031	.677**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	.591	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303
Y.3	Pearson Correlation	.598**	.486**	1	.546**	.566**	.068	.803**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	.238	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303
Y.4	Pearson Correlation	.564**	.343**	.546**	1	.541**	.120*	.750**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	.037	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303
Y.5	Pearson Correlation	.378**	.298**	.566**	.541**	1	.096	.710**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		.095	<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303
Y.6	Pearson Correlation	.064	-.031	.068	.120*	.096	1	.322**
	Sig. (2-tailed)	.268	.591	.238	.037	.095		<.001
	N	303	303	303	303	303	303	303
Minat Penggunaan (Y)	Pearson Correlation	.789**	.677**	.803**	.750**	.710**	.322**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	303	303	303	303	303	303	303

2. UJI REABILITAS

Uji Reabilitas X1.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	14

Reabilitas X2.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	8

Reabilitas X3.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	5

Uji Reabilitas Y.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	6