

Pengaruh *Financial Technology* Merek Dompot Digital OVO terhadap Minat Bertransaksi dan Efektivitas Penggunaan di Masa Pandemi Covid-19

Rifa Fitriah Putri Melani*, Handri

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*Rifafitriahputrimelani04@gmail.com, handrif2@unisba.ac.id

Abstract. This study aims to determine the value of the influence of using financial technology for the OVO digital wallet brand on interest in transactions and the effectiveness of use during the pandemic. In early March 2020 there was an outbreak of a virus called the Covid-19 pandemic. The existence of this epidemic has caused interest in online transactions to increase. The issue of the rotation of the Covid-19 pandemic is very vulnerable to affecting the interest in transactions directly decreasing. The research method used is Path Analysis or path analysis which is a statistical analysis technique developed from multiple regression analysis. Based on inferential statistical analysis using path analysis, it is stated that there is an influence between the use of OVO digital wallet financial technology on interest in transactions, it has been proven that the influence is significantly positive, so the better the use of OVO digital wallet financial technology, the higher the interest in transactions among students. Bachelor of Management from the Islamic University of Bandung, class of 2017-2019. The use of the OVO digital wallet financial technology has no effect on effectiveness among students of the Bandung Islamic University Management S1 class 2017-2019, meaning that even though there is OVO digital wallet technology innovation it is not able to increase the effectiveness of financial transactions.

Keywords: *Digital Wallet Fintech, Interest in Transactions, Effectiveness during the Covid-19 Pandemic*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai pengaruh penggunaan financial technology merek dompet digital OVO terhadap minat bertransaksi dan efektivitas penggunaan di masa pandemi. Pada awal bulan maret tahun 2020 terjadi wabah virus yang di sebut pandemi Covid-19. Adanya wabah ini menyebabkan minat bertransaksi secara online meningkat. Isu perputaran pandemi Covid-19 sangat rentan mempengaruhi minat bertransaksi secara langsung menurun. Metode penelitian yang digunakan adalah *Path Analysis* atau analisis jalur yang merupakan suatu teknik analisis statistika yang dikembangkan dari analisis regresi berganda. Berdasarkan analisis statistik inferensial dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*), menyatakan terdapat pengaruh antara penggunaan *financial technology* dompet digital OVO terhadap minat bertransaksi sudah terbukti pengaruh tersebut signifikan positif, sehingga semakin baik penggunaan *financial technology* dompet digital OVO maka semakin tinggi minat bertransaksi pada kalangan mahasiswa S1 Manajemen Universitas Islam Bandung angkatan 2017- 2019. Penggunaan *financial technology* dompet digital OVO tidak berpengaruh terhadap efektivitas pada kalangan mahasiswa S1 Manajemen Universitas Islam Bandung angkatan 2017-2019, artinya walaupun adanya inovasi teknologi dompet digital OVO tidak mampu meningkatkan efektivitas transaksi keuangan.

Kata Kunci: *Fintech Dompot Digital OVO, Minat Bertransaksi, Efektivitas di Masa Pandemi Covid-19.*

A. Pendahuluan

Corona Virus Diseases (COVID 19) merupakan salah satu virus yang berasal dari wuhan, China pada Desember 2019. Kemudian, mulai April 2020 Covid-19, mulai menyebar keseluruh dunia, salah satunya adalah Indonesia. Menurut ahli virus atau virologis Richard Sutejo, virus corona penyebab Covid-19 merupakan tipe virus yang umum menyerang saluran pernafasan. Tetapi strain Covid-19 memiliki mortalitas dan morbiditas yang lebih tinggi akibat adanya mutasi genetik dan memungkinkan transmisi inter-spesies.

Penyebaran Covid-19 di Indonesia, menyebabkan banyak perubahan dari segala aspek kehidupan. Masyarakat Indonesia harus mulai beradaptasi dengan perubahan- perubahan yang disebabkan oleh Covid-19, seperti mulai memakai masker di luar rumah, menjaga jarak, serta membawa atau makan dari rumah. Perubahan-perubahan seperti ini, tentu saja memberikan efek yang besar terhadap masyarakat, selain perubah pola perilaku masyarakat, perubahan pola ekonomi dan sosial juga terdampak sangat besar. Selama pandemik ini transaksi pembayaran non tunai meningkat pesat dikarenakan banyaknya masyarakat yang menghindari penggunaan pembayaran menggunakan uang tunai, demi alasan kesehatan yaitu meminimalisirkan penyebaran virus Covid-19 melalui uang tunai yang beredar dimasyarakat. Alat pembayaran menggunakan dompet digital kini menjadi suatu tren tersendiri karena selain praktis dan efisien, pembayaran juga tidak perlu dilakukan secara bersentuhan dengan uang (cashless) dan bisa dilakukan secara jarak jauh.

Ditambah dengan berbagai fitur keamanan yang membuat konsumen tenang akan privasinya. Seperti fitur PIN, automatic backup, verifikasi melalui email atau nomor telepon dll. Contoh aplikasi dompet digital yang ada seperti GoPay, OVO, Dana, LinkAja, dll. Dari beberapa contoh macam dompet digital yang populer serta kelebihanannya, tetapi di kalangan masyarakat tidak menutup kemungkinan bahwa masih banyak masyarakat yang masih ragu dengan keamanan transaksi dari dompet digital tersebut. Mereka lebih memilih transaksi menggunakan uang tunai yang diyakini aman, nyaman dan sederhana dalam penggunaannya. Padahal disaat Pandemi Covid-19 ini, dimana terdapat perubahan pada perilaku konsumen dalam berbelanja dari offline ke online.

Dompet digital atau biasa disebut dengan E-wallet merupakan sebuah perangkat elektronik, perangkat lunak atau bahkan disebut juga sebagai layanan jasa yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa secara online. Dompet digital memfasilitasi para pengguna dengan bantuan aplikasi seluler untuk bebas melakukan transaksi jual beli secara aman dan cepat tanpa adanya sentuhan fisik. Komunikasi pemasaran yang dilakukan secara digital merupakan strategi pemasaran yang menggunakan media digital untuk berkomunikasi dengan konsumen secara daring (Elitemarketer, 2020).

Hasil survey DailySocial pada tahun 2020 mengungkapkan bahwa 87% responden menggunakan GoPay, yang berarti GoPay menjadi dompet digital yang paling populer di Indonesia. Urutan selanjutnya OVO (80,4%), Dana (75,6%), ShopeePay (53,2%), LinkAja (47,5%), Jenius (14,2%), iSaku (10,7%), DOKU (7,5%), Paytren (6,6%), Sakuku (5,9%), Uangku (4,6%), dan lain-lain (0,7%) (Fifaldyovan, 2021). Melihat besarnya minat masyarakat dalam menggunakan dompet digital saat ini, maka peneliti melakukan survey awal untuk mengetahui alasan yang mendorong responden untuk menggunakan dompet digital diantaranya adalah:



Gambar 1. Alasan Menggunakan Dompet Digital

Dari gambar 1 terdapat 59% responden beranggapan bahwa dengan menggunakan dompet digital membuat hidup mereka menjadi lebih praktis, 27% responden tertarik dengan promo menarik yang ditawarkan, 9% responden menggunakan dompet digital dengan alasan untuk menghindari penggunaan uang tunai karena alasan kesehatan, yaitu uang tunai bisa menjadi perantara penyebaran virus, apalagi kondisi pandemik seperti ini, 3% responden berpendapat menggunakan dompet digital membuat perjalanan mereka lebih aman karena tidak perlu membawa uang tunai, dan 2% responden berpendapat dengan menggunakan dompet digital merupakan bagian dari masyarakat modern. Selain menawarkan beragam kemudahan dalam penggunaan dompet digital, faktor keamanan menjadi hal yang penting diperhatikan oleh masyarakat dalam menggunakan dompet digital.

Beberapa waktu lalu beberapa *platform digital* mengalami tindak kejahatan siber dengan target data pribadi penggunanya.

B. Metodologi Penelitian

Financial Technology

Salah satu yang tidak asing beberapa tahun terakhir khususnya di dunia bisnis Indonesia adalah Fintech. Istilah Fintech merupakan singkatan dari Financial Technology, jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia berarti teknologi finansial. Pasal 1 angka 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, teknologi finansial diartikan sebagai penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (Rahmayani, 2018). *Fintech* merupakan implementasi dan pemanfaatan teknologi untuk peningkatan layanan jasa perbankan dan keuangan yang umumnya dilakukan oleh perusahaan rintisan (*startup*) yang memanfaatkan teknologi software, internet, dan komunikasi. Bentuk dasar Fintech antara lain Pembayaran (*digital wallets, Peer to Peer, payments*), Investasi (*equity crowdfunding, Peer to Peer Lending*), Pembiayaan (*crowdfunding, micro-loans, credit facilities*), Asuransi (*risk management*), Lintasproses (*big data analysis, predictive modeling*), Infrastruktur (*security*). Konsep *Fintech* mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial pada lembaga perbankan, sehingga diharapkan dapat memfasilitasi proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman dan modern, meliputi layanan keuangan berbasis digital yang saat ini telah berkembang di Indonesia (Chrismastianto, 2017).

Peran Financial Technology

Fintech juga memiliki peran penting dalam mengubah perilaku konsumen serta ekspektasi konsumen diantaranya yaitu dapat mengakses data dan informasi kapan saja dan dimana saja, serta menyamaratakan bisnis besar dan kecil sehingga cenderung untuk memiliki ekspektasi tinggi meski terhadap bisnis kecil yang baru dibangun (Muzdalifa, 2018).

Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia pada saat ini memang begitu besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama bagi kegiatan bisnis, memberikan andil yang besar terhadap perubahan yang mendasar pada struktur, operasi, dan manajemen organisasi. Peranan teknologi informasi dapat berupa salah satu dari berikut:

1. Teknologi informasi menggantikan peran manusia, dalam hal ini teknologi informasi melakukan otomasi terhadap suatu tugas atau proses.
2. Teknologi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses (Ningrum, 2018).

Manfaat Financial Technology

Perkembangan Fintech memberikan beberapa manfaat diantaranya:

1. Manfaat bagi konsumen: (a) Perluasan pilihan produk; (b) Peningkatan kualitas layanan; (c) Penurunan harga.
2. Manfaat bagi pelaku bisnis: (a) Memperpendek rantai transaksi; (b) Meningkatkan efisiensi modal dan resiliensi operasional; (c) Meningkatkan inklusi keuangan; (d) Memperlancar arus informasi.

3. Manfaat bagi ekonomi: (a) Mempercepat transmisi kebijakan moneter; (b) Meningkatkan kecepatan uang beredar; (c) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Alasan adanya Fintech yaitu masyarakat tidak dapat dilayani di industri keuangan tradisional karena perbankan terikat pada aturan yang ketat serta keterbatasan industri perbankan dalam melayani masyarakat di daerah tertentu, selain itu juga alasan adanya Fintech karena masyarakat mencari alternatif pendanaan selain jasa industri keuangan tradisional karena masyarakat memerlukan alternatif pembiayaan yang lebih demokratis dan transparan serta biaya layanan keuangan yang efisien dan menjangkau masyarakat luas (Hadad, 2017).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif manajemen Universitas Islam Bandung sebanyak 1.721 teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin maka di dapatkan sample sebanyak 93 responden.

Dalam menentukan sampel akan menggunakan rumus Slovin. Husein Umar (2005:78) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e² = tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini adalah sebesar 10%) jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu: $n = 92,7 = 93$

Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010:211), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Pengujian validitas terhadap kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi produk moment dengan rumus statistik sebagai berikut:

Keterangan:

r = Korelasi produk moment X = Skor butir (pertanyaan) Y = Skor faktor (variabel)

n = Jumlah sampel

Penghitungan uji validitas ini menggunakan bantuan Statistical Package for the Social Science (SPSS). Setelah rhitung diperoleh, kemudian dibandingkan dengan rtabel dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha=0,05$ dengan dk = n-2. Nilai rhitung yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan nilai rtabel dengan tingkat α tertentu dan derajat bebas sebesar n-2. Kaidah keputusan diambil dengan kaidah sebagai berikut:

1. Jika nilai rhitung > rtabel: maka alat ukur yang digunakan Valid
2. Jika nilai rhitung < rtabel: maka alat ukur yang digunakan Tidak Valid

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Penggunaan Fintech (X)

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,646	0,1966	Valid
2	0,534	0,1966	Valid
3	0,546	0,1966	Valid
4	0,683	0,1966	Valid
5	0,703	0,1966	Valid
6	0,661	0,1966	Valid
7	0,726	0,1966	Valid
8	0,474	0,1966	Valid
9	0,606	0,1966	Valid
10	0,634	0,1966	Valid
11	0,669	0,1966	Valid
12	0,686	0,1966	Valid
13	0,700	0,1966	Valid
14	0,703	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah 2023

Dari tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa nilai rhitung item-item pertanyaan pada variable penggunaan fintech (X) menunjukkan hasil yang sudah valid, karena rhitung > rtabel.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Minat Transaksi (Y1)

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,693	0,1966	Valid
2	0,805	0,1966	Valid
3	0,827	0,1966	Valid
4	0,807	0,1966	Valid
5	0,818	0,1966	Valid
6	0,825	0,1966	Valid
7	0,891	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah 2023

Dari tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa nilai rhitung item-item pertanyaan pada variable minat transaksi (Y1) menunjukkan hasil yang sudah valid karena r hitung > r tabel.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Efektivitas (Y3)

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,668	0,1966	Valid
2	0,792	0,1966	Valid
3	0,726	0,1966	Valid
4	0,796	0,1966	Valid
5	0,570	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah 2023

Dari tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa nilai rhitung item-item pertanyaan pada variabe efektivitas (Y3) menunjukkan hasil yang sudah valid karena rhitung > rtabel.

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini digunakan metode pengukuran reliabilitas Alpha Cronbach, dengan kriteria

besarnya koefisien reliabilitas minimal harus dipenuhi oleh suatu alat ukur adalah 0,60 yang berarti bahwa secara keseluruhan alat ukur telah memiliki konsistensi yang dapat diandalkan.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Batas Minimum	Keterangan
Penggunaan Fintech	0,888	0,60	Reliabel
Minat Transaksi	0,913	0,60	Reliabel
Efektivitas	0,751	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2023

Nilai reliabilitas memberikan indikasi bahwa keandalan kuisioner yang digunakan pada variabel penelitian sebagai alat pengukur termasuk pada kategori r korelasi kuat karena nilainya lebih besar dari 0,6.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *financial technology* terhadap minat bertransaksi dan efektivitas penggunaan dompet digital OVO pada mahasiswa S1 Manajemen Universitas Islam Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Financial technology dompet digital OVO secara keseluruhan dinilai baik, namun masih terdapat kekurangan pada dimensi keamanan dompet digital.
2. Minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO dikalangan mahasiswa S1 Manajemen Universitas Islam Bandung secara keseluruhan dinilai telah baik, namun masih terdapat kekurangan dalam indikator pengetahuan pengguna tentang dompet digital.
3. Efektivitas penggunaan dompet digital OVO dinilai sudah baik oleh kalangan mahasiswa S1 Manajemen Universitas Islam Bandung, namun masih terdapat kekurangan dalam indikator perubahan nyata.
4. Financial technology berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO di kalangan mahasiswa S1 Manajemen Universitas Islam Bandung.
5. Financial technology tidak berpengaruh signifikan terhadap efektivitas menggunakan dompet digital OVO di kalangan mahasiswa S1 Manajemen Universitas Islam Bandung.

Daftar Pustaka

- [1] Achmad, E. Kuncoro dan Riduwan. 2014. Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur). Cetakan ke-6. Bandung: Alfabeta.
- [2] Al Rasyid, Harun. 2010. Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- [3] Alma, B. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- [4] Alphonso, Andri, and Fitri Eriyanti. 2019. Efektivitas penerapan pembayaran Tiket Elektronik Pada Bus Trans Padang. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development* 1.2 (2019): 174-182.
- [5] Amalia, Gita Putri. 2017. Efektivitas Electronic Toll (e-Toll) oleh PT Jasa Marga Surabaya (Studi pada Gerbang Tol Otomatis Surabaya-Gempol). Skripsi pada FIS UNESA Surabaya.
- [6] Amalia, Fitri. 2016. Buku fintech: buku teknologi keuangan untuk Investor, entrepreneurs dan visionaries. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* Volume 31, Nomor 3, 2016, 345 – 348.
- [7] Andryanto, R. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- [8] Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- [9] Assael, H. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Fourth Edition. Boston:

- PWS-Kent Publishing Company.
- [10] Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- [11] Batmetan, J. R., Kariso, B., Moningkey, M., & Tumembow, A. 2018. *Tingkat Kesadaran Privasi Atas Masalah Keamanan Informasi*. 4.
- [12] Chrismastianto, Imanuel Adhitya Wulanata. 2017. *Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Edisi No.1 Vol. 20, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pelita Harapan Tangerang.
- [13] Christanal, Kevin. 2019. *Analisis literasi keuangan, penggunaan produk Fintech, dan inklusi keuangan pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan*. Skripsi Universitas Katolik Parahyangan.
- [14] Dalcher, I & Shine, J. (2003). *Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury, Technology Analysis & Strategic Management*. Vol. 15, No. 4, pp. 441-455
- [15] Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339
- [16] Dewi, N. L. P. E. P., Sinarwati, N. K., & Yuniarta, G. A. (2017). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 7(1), 1–11.
- [17] Djamarah, Syaiful Bahri. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta
- [18] Ernawati, Nopy dan Lina Noersanti. 2020. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO*. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*
- [19] Fandy, Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- [20] Fifaldyovan, Muhammad Ikhsan., Supriyanta. 2021. *Determinan Minat Penggunaan Fintech*. *MUARA: Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional*. Vol. 4, No. 2
- [21] Ghozali, I. & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [22] Guhr, N., Loi, T., R. Wiegard & Breitner, M.H. 2013. *Technology Readiness in Customers' Perception and Acceptance of M(obile)-Payment: An Empirical Study in Finland, Germany, the USA and Japan*, 11th International Conference on Wirts
- [23] Hidayat, Elita, Setiawan. 2012. *Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen*. Universitas Padjajaran. Vol 1. No 1
- [24] Hinati, H. 2019. *Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- [25] Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- [26] Kamil, L. I. 2019. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Gopay*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- [27] Kholid, F. I. 2018. *Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang*.
- [28] Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- [29] Kotler, Philip & Gerry Armstrong. 2014. *Principle of Marketing*, 15th edition. New

Jersey: Pearson Prentice Hall.

- [30] Nasruloh, Linda Althasya, Nurdin. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 2(1). 17-20.