

Gorontalo Economic Review

<https://ejurnal.uigu.ac.id/index.php/ger>

Vol 1, No, 2, May 2026, Hal. 78-86

E-ISSN: 3124-0631

Financial *Self-Efficacy* dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo Utara

Fitrianti¹, Afriana Lomagio², Nur Lazimatul Hilma Sholehah³

¹Universitas Ichsan Gorontalo Utara, Indonesia

²Universitas Ichsan Gorontalo Utara, Indonesia

³Universitas Ichsan Gorontalo, Indonesia

Email¹: fitriantidunggio90@gmail.com

Email²: rialomagio@gmail.com

Email³: nurlazimatul72@gmail.com

Artikel info

Artikel history:

Received; 09-03-2026

Revised; 23-03-2026

Accepted; 09-05-2026

Abstract. *This study analyzes the relationship between financial self-efficacy and students' consumptive behavior while controlling for financial literacy. A quantitative cross-sectional survey involved 83 students selected through simple random sampling from 481 students at Universitas Ichsan Gorontalo Utara. Multiple linear regression showed that financial self-efficacy had a positive but insignificant association with consumptive behavior ($B = 0.055$; $\beta = 0.059$; $t = 0.407$; $p = 0.685$). The joint model was insignificant and explained 5.0 percent of behavioral variance. Descriptive scores indicated relatively high self-efficacy, but the weakest area was implementing expenditures according to a planned budget. The findings suggest a confidence-action gap. Universities should strengthen calibrated self-efficacy through real budgeting, expenditure tracking, feedback, and coping strategies for digital consumption pressure.*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis hubungan financial self-efficacy dengan perilaku konsumtif mahasiswa setelah literasi keuangan dikendalikan. Survei kuantitatif potong lintang melibatkan 83 mahasiswa yang dipilih melalui simple random sampling dari 481 mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo Utara. Regresi linear berganda menunjukkan bahwa financial self-efficacy memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan dengan perilaku konsumtif ($B = 0,055$; $\beta = 0,059$; $t = 0,407$; $p = 0,685$). Model bersama tidak signifikan dan hanya menjelaskan 5,0 persen variasi perilaku. Skor deskriptif menunjukkan self-efficacy relatif tinggi, tetapi kelemahan utama terdapat pada kemampuan merealisasikan pengeluaran sesuai anggaran. Temuan mengindikasikan kesenjangan keyakinan-tindakan. Perguruan tinggi perlu membangun self-efficacy yang terkalibrasi melalui anggaran riil, pencatatan pengeluaran, umpan balik, dan strategi menghadapi tekanan konsumsi digital.

Keywords:

*Financial self-efficacy;
Consumptive behavior;*

Corresponden author:

Email: fitriantidunggio90@gmail.com

Pendahuluan

Kemandirian finansial mahasiswa tidak hanya ditentukan oleh seberapa banyak pengetahuan yang dimiliki, tetapi juga oleh keyakinan bahwa dirinya mampu menggunakan pengetahuan tersebut. Keyakinan ini dikenal sebagai *financial self-efficacy*, yaitu persepsi mengenai kemampuan merencanakan, mengendalikan, dan menyelesaikan persoalan keuangan. Pada masa transisi menuju dewasa, mahasiswa mulai membuat keputusan mengenai uang saku, kebutuhan akademik, transportasi, gaya hidup, tabungan, dan transaksi digital tanpa pengawasan langsung orang tua. *Financial self-efficacy* dipandang penting karena keputusan keuangan sering memerlukan tindakan yang konsisten. Seseorang dapat memahami prinsip anggaran, tetapi tetap gagal menjalankannya ketika menghadapi pengeluaran tak terduga, tekanan teman sebaya, promosi, atau dorongan emosional. *Self-efficacy* seharusnya membantu individu bertahan pada rencana, mengatasi hambatan, dan memulihkan diri setelah melakukan kesalahan keuangan. Namun, rasa percaya diri juga dapat tidak akurat apabila tidak disertai pengalaman, umpan balik, dan kemampuan mengukur hasil.

Studi mutakhir menunjukkan hubungan yang kompleks. Liu dan Zhang (2021) menemukan bahwa *self-efficacy* berperan dalam mekanisme yang menghubungkan literasi dengan perilaku kredit berisiko pada mahasiswa. Salas-Velasco (2022) memperlihatkan bahwa intervensi pendidikan keuangan dapat meningkatkan pengetahuan sekaligus *perceived financial self-efficacy*. Lone dan Bhat (2024) juga menunjukkan bahwa financial self-efficacy dapat menjadi mediator antara literasi dan kesejahteraan keuangan. Di sisi lain, Cappelli et al. (2024) menyimpulkan bahwa hubungan *self-efficacy* dengan perilaku pengelolaan uang belum seragam karena definisi perilaku, konteks, dan instrumen yang digunakan sangat beragam. Ketidakkonsistenan tersebut relevan bagi mahasiswa di daerah yang sedang mengalami perluasan akses teknologi keuangan. Kemudahan pembayaran dapat memperkuat rasa mampu mengelola transaksi, tetapi belum tentu meningkatkan kemampuan membatasi pengeluaran. Keyakinan diri dapat lebih mencerminkan kenyamanan menggunakan teknologi daripada disiplin dalam menjalankan anggaran. Dengan kata lain, mahasiswa mungkin merasa mampu mengelola uang, tetapi keyakinan tersebut belum dikonfirmasi oleh perilaku yang konsisten.

Berdasarkan hasil penelusuran peneliti dilapangan menunjukkan bahwa, *financial self-efficacy* mahasiswa relatif tinggi. Mayoritas responden menyatakan mampu mengambil keputusan ketika menghadapi kondisi tak terduga dan mampu membedakan kebutuhan dengan keinginan. Namun, jawaban paling lemah muncul pada kemampuan merealisasikan pengeluaran sesuai rencana dan membatasi pengeluaran. Pada analisis regresi, financial *self-efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pola ini membuka ruang untuk membahas *confidence-action gap*. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh financial *self-efficacy* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel kontrol, memetakan indikator self-efficacy yang kuat dan lemah, serta menjelaskan implikasi intervensi berbasis pengalaman. Kebaruan penelitian terletak pada pembacaan terkalibrasi terhadap *self-efficacy*: bukan sekadar menilai tinggi rendah keyakinan, tetapi menilai apakah keyakinan tersebut berhubungan dengan perilaku konsumsi aktual yang dilaporkan.

Metode Penelitian

Penelitian menggunakan desain kuantitatif potong lintang. Lokasi penelitian adalah Universitas Ichsan Gorontalo Utara. Populasi berjumlah 481 mahasiswa semester genap tahun akademik 2024, sedangkan sampel sebanyak 83 mahasiswa ditentukan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10 persen dan dipilih dengan simple random sampling. *Financial self-efficacy* diukur melalui sebelas pernyataan: kemampuan mengelola keuangan pribadi, merencanakan pengeluaran, merealisasikan anggaran, menetapkan target, membatasi pengeluaran, mencapai target, mengambil keputusan pada kondisi tak terduga, memilih kebutuhan daripada keinginan, mengantisipasi tantangan, mengelola keuangan secara teratur, dan keyakinan mengelola keuangan. Perilaku konsumtif diukur melalui tujuh pernyataan terkait hadiah, kemasan, merek, harga, citra diri, dan pembelian produk serupa. Literasi keuangan digunakan sebagai variabel kontrol. Semua item memenuhi uji validitas dengan r hitung lebih besar daripada r tabel 0,215. *Cronbach's alpha financial self-efficacy* sebesar 0,757, literasi keuangan sebesar 0,734, dan perilaku konsumtif sebesar 0,777. Uji normalitas menunjukkan residual mengikuti pola diagonal pada probability plot. Nilai VIF 1,769 dan tolerance 0,565 mengindikasikan tidak ada multikolinearitas. Scatterplot tidak menunjukkan pola heteroskedastisitas yang jelas. Analisis dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear berganda. Rerata item dihitung dari distribusi frekuensi jawaban untuk mengidentifikasi area *self-efficacy* yang paling kuat dan paling lemah. Model regresi dirumuskan sebagai:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y adalah perilaku konsumtif; X_1 adalah literasi keuangan; X_2 adalah *financial self-efficacy*. Fokus artikel berada pada koefisien X_2 dengan X_1 sebagai kontrol. Signifikansi ditetapkan pada 0,05. Hasil tidak ditafsirkan sebagai kausal karena desain penelitian tidak melakukan manipulasi atau pengamatan longitudinal.

Hasil Dan Pembahasan

Profil responden

Responden didominasi perempuan sebanyak 54 orang atau 65 persen. Berdasarkan usia, 45 responden atau 54 persen berada pada rentang 18-20 tahun dan 38 responden atau 46 persen berada pada rentang 21-25 tahun. Fase usia ini penting karena mahasiswa mulai mengembangkan otonomi finansial, tetapi sumber pendapatan umumnya masih terbatas dan sebagian bergantung pada orang tua.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persen (%)
Laki-laki	29	35,0
Perempuan	54	65,0
18-20 tahun	45	54,0
21-25 tahun	38	46,0

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Peta *Financial Self-Efficacy* Mahasiswa

Rerata keseluruhan *financial self-efficacy* sebesar 3,816 pada skala lima. Nilai ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung merasa mampu mengelola keuangannya. Indikator tertinggi adalah kemampuan memilih kebutuhan dibanding keinginan dengan rerata 4,000, diikuti kemampuan mengelola keuangan pribadi dan mengelola keuangan secara teratur, masing-masing 3,976. Keyakinan mengelola keuangan pribadi juga relatif tinggi dengan rerata 3,928. Walaupun demikian, indikator yang membutuhkan implementasi konsisten memiliki skor lebih rendah. Kemampuan merealisasikan pengeluaran sesuai rencana hanya mencapai 3,458. Kemampuan mencapai target keuangan sebesar 3,687 dan perencanaan pengeluaran bulanan sebesar 3,699. Perbedaan ini menunjukkan bahwa keyakinan umum lebih tinggi daripada keyakinan pada tugas yang spesifik dan dapat diverifikasi.

Tabel 2. Rerata Indikator *Financial Self-Efficacy*

Indikator	Rerata
Mampu mengelola keuangan pribadi	3,976
Merencanakan pengeluaran bulanan	3,699
Merealisasikan pengeluaran sesuai anggaran	3,458
Memiliki target keuangan	3,831
Membatasi pengeluaran sesuai rencana	3,711
Mengetahui cara mencapai target keuangan	3,687
Mengambil keputusan saat kondisi tak terduga	3,952
Memilih kebutuhan dibanding keinginan	4,000
Mengantisipasi tantangan keuangan	3,759
Mengelola keuangan secara teratur	3,976
Yakin mengelola keuangan pribadi	3,928

Sumber: Perhitungan penulis berdasarkan distribusi jawaban, 2025.

Pola tersebut dapat dibaca melalui konsep kalibrasi. *Self-efficacy* yang bermanfaat bukan hanya rasa percaya diri yang tinggi, tetapi keyakinan yang sesuai dengan kapasitas aktual. Keyakinan yang terlalu umum dapat menimbulkan ilusi kontrol. Mahasiswa mungkin merasa mampu karena dapat menggunakan aplikasi pembayaran, memahami transaksi, atau mengambil keputusan cepat, tetapi kemampuan tersebut berbeda dari disiplin mengendalikan frekuensi belanja dan mematuhi anggaran.

Hasil regresi

Koefisien *financial self-efficacy* sebesar 0,055 dengan standard error 0,135, beta 0,059, nilai t 0,407, dan p 0,685. Nilai p jauh di atas 0,05 sehingga *financial self-efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif setelah literasi keuangan dikendalikan. Koefisien yang sangat kecil menunjukkan bahwa perubahan satu satuan *self-*

efficacy hanya berkaitan dengan perubahan 0,055 satuan skor perilaku konsumtif dalam model, dan hubungan tersebut tidak dapat dibedakan dari nol secara statistik.

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	9,069	5,416	-	1,674	0,098
Literasi keuangan	0,273	0,218	0,181	1,252	0,214
Financial <i>self-efficacy</i>	0,055	0,135	0,059	0,407	0,685

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Secara simultan, literasi keuangan dan financial *self-efficacy* menghasilkan F 2,126 dengan p 0,126. R Square sebesar 0,050 menunjukkan bahwa model menjelaskan 5 persen variasi perilaku konsumtif. Hubungan model yang ditunjukkan oleh R 0,225 tergolong rendah. Temuan ini menegaskan bahwa keyakinan diri dan pengetahuan bukan penjelas utama perilaku konsumtif pada sampel ini.

Tabel 4. Ringkasan Kelayakan Model

Indikator	Nilai
R	0,225
R Square	0,050
Adjusted R Square	0,027
F	2,126
Sig. F	0,126

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Mengapa keyakinan tidak menjadi tindakan

Liu dan Zhang (2021) menjelaskan bahwa *self-efficacy* dapat menjadi mekanisme penting dalam perilaku kredit, tetapi pengaruhnya bergantung pada konteks dan kondisi individu. Dalam penelitian ini, *self-efficacy* diukur secara luas dan sebagian besar berbasis penilaian subjektif. Ketika responden menjawab bahwa dirinya mampu mengelola keuangan, jawaban tersebut belum tentu menggambarkan kualitas anggaran, ketepatan pencatatan, atau konsistensi menahan pembelian. Pengukuran subjektif berpotensi menghasilkan overconfidence atau bias keinginan sosial. Tang (2021) menempatkan *self-efficacy* sebagai salah satu saluran yang menghubungkan kemampuan kognitif dengan perilaku keuangan. Saluran tersebut bekerja apabila individu memiliki kemampuan memproses informasi dan kesempatan menerapkan keterampilan. Artinya, rasa mampu perlu ditopang oleh keterampilan konkret. Pada data penelitian ini, skor terendah justru berada pada realisasi pengeluaran sesuai anggaran, yang merupakan bentuk perilaku konkret.

Salas-Velasco (2022) menemukan bahwa intervensi pendidikan dapat meningkatkan perceived financial *self-efficacy*. Namun, peningkatan keyakinan sebaiknya dilanjutkan

dengan tugas autentik dan umpan balik. Gerrans (2021) menunjukkan bahwa pembelajaran personal finance pada mahasiswa dapat mempertahankan pengetahuan dan kepercayaan diri dalam jangka menengah. Temuan tersebut mengisyaratkan bahwa *self-efficacy* tidak cukup dibangun melalui persuasi verbal, tetapi melalui pengalaman keberhasilan yang berulang. Cappelli et al. (2024) mengidentifikasi lima kelompok perilaku pengelolaan uang: penganggaran, menabung, membelanjakan, meminjam, dan melunasi utang. Financial *self-efficacy* mungkin berpengaruh berbeda pada setiap perilaku. Instrumen penelitian ini menghubungkannya langsung dengan perilaku konsumtif yang kompleks. Ketidaksignifikanan dapat muncul karena *self-efficacy* membantu sebagian perilaku, misalnya menghadapi pengeluaran tak terduga, tetapi tidak cukup kuat menghadapi gaya hidup, promosi, atau tekanan sosial.

Lone dan Bhat (2024) menunjukkan bahwa *self-efficacy* dapat memediasi hubungan literasi dan kesejahteraan keuangan. Perbedaan hasil dengan penelitian ini dapat dijelaskan oleh perbedaan outcome. Kesejahteraan keuangan berkaitan dengan rasa aman dan kemampuan mencapai tujuan, sedangkan perilaku konsumtif berkaitan dengan impuls, simbol status, kesenangan, dan pengaruh lingkungan. Seorang mahasiswa dapat merasa mampu mengelola uang secara umum, tetapi tetap membeli barang tertentu untuk menyesuaikan diri dengan kelompok.

Peran lingkungan konsumsi digital

Lingkungan digital mengurangi hambatan transaksi. Pembayaran instan, penyimpanan data kartu, notifikasi promosi, gratis ongkir, flash sale, dan rekomendasi personal dapat memendekkan jarak antara keinginan dan pembelian. Dalam situasi tersebut, *self-efficacy* yang bersifat umum mungkin kalah oleh stimulus yang sangat spesifik dan berulang. Gunawan (2023) menunjukkan keterkaitan penggunaan pembayaran teknologi finansial dengan perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan Herdyane et al. (2024) menekankan pentingnya self-control untuk menghadapi gangguan digital. Karena itu, intervensi perlu membangun coping *self-efficacy*, yaitu keyakinan untuk menghadapi pemicu tertentu. Mahasiswa perlu berlatih menolak promosi, menunda transaksi selama 24 jam, menghapus data pembayaran tersimpan, menetapkan batas harian, dan menilai manfaat produk sebelum membeli. Keyakinan yang spesifik terhadap situasi semacam ini kemungkinan lebih dekat dengan perilaku konsumsi daripada keyakinan umum bahwa dirinya mampu mengelola uang.

Implikasi bagi perguruan tinggi

Program penguatan financial *self-efficacy* dapat dirancang berbasis mastery experience. Mahasiswa diberi target mengelola anggaran nyata selama satu semester, bukan hanya menyelesaikan soal. Setiap peserta menyusun rencana, mencatat realisasi, mengidentifikasi penyimpangan, dan menerima umpan balik. Keberhasilan kecil seperti menahan pembelian impulsif, membentuk dana darurat, atau mencapai target tabungan perlu didokumentasikan agar keyakinan tumbuh dari bukti. Pendekatan kedua adalah kalibrasi keyakinan. Sebelum dan sesudah tugas, mahasiswa menilai seberapa yakin dirinya akan berhasil, kemudian membandingkannya dengan hasil. Selisih antara keyakinan dan performa membantu mendeteksi overconfidence maupun underconfidence. Pendekatan ketiga adalah peer modeling, yaitu mahasiswa mengamati

teman sebaya yang berhasil mengatur uang dengan strategi realistis. Pendekatan keempat adalah coping plan untuk skenario digital, misalnya ketika menghadapi flash sale, paylater, atau ajakan teman.

Intervensi juga perlu menghindari pesan moral yang menyalahkan mahasiswa. Pengeluaran dipengaruhi oleh keterbatasan pendapatan, biaya hidup, tekanan sosial, dan desain platform. Perguruan tinggi dapat mendukung melalui layanan konseling keuangan, transparansi biaya pendidikan, akses informasi beasiswa, dan ruang diskusi mengenai kecemasan finansial. *Self-efficacy* akan lebih efektif jika lingkungan menyediakan kesempatan dan sumber daya untuk bertindak.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian terbatas pada satu universitas dengan 83 responden dan margin kesalahan 10 persen. Pengukuran *self-efficacy* dan perilaku konsumtif menggunakan laporan diri sehingga tidak memverifikasi transaksi aktual. Model hanya memuat dua prediktor dan menjelaskan 5 persen variasi. Instrumen belum membedakan *self-efficacy* untuk penganggaran, menabung, utang, dan konsumsi digital. Penelitian berikutnya perlu menggunakan skala yang lebih spesifik, data pengeluaran aktual, desain longitudinal, dan variabel mediator atau moderator seperti self-control, stres finansial, gaya hidup, materialisme, dan penggunaan *paylater*. Perbedaan antara keyakinan umum dan kemampuan spesifik juga perlu diperhatikan dalam desain instrumen. Pernyataan seperti “saya mampu mengelola keuangan” dapat dijawab berdasarkan kesan keseluruhan, sedangkan pernyataan “saya konsisten mencatat pengeluaran selama satu bulan” menuntut bukti perilaku. *Self-efficacy* yang terlalu umum mungkin kurang sensitif untuk memprediksi pembelian impulsif. Penelitian mendatang dapat membagi financial self-efficacy menjadi budgeting *self-efficacy*, saving *self-efficacy*, debt-management *self-efficacy*, dan digital-consumption *self-efficacy*. Pemisahan tersebut memungkinkan peneliti menguji apakah keyakinan tertentu lebih dekat dengan perilaku tertentu. Misalnya, keyakinan menghadapi promosi digital diperkirakan lebih relevan terhadap konsumsi daring dibandingkan keyakinan memilih produk investasi. Ketidaksignifikanan juga dapat dipengaruhi oleh rentang skor yang relatif sempit. Sebagian besar responden memilih netral, setuju, atau sangat setuju pada indikator *self-efficacy*, sehingga variasi antarindividu berkurang. Ketika variasi prediktor kecil, kemampuan regresi mendeteksi hubungan juga menurun. Penggunaan skala dengan lebih banyak kategori, pertanyaan berbasis skenario, atau pengukuran berulang dapat memperluas informasi. Data transaksi aktual, saldo, frekuensi belanja, dan kepatuhan pada anggaran akan membantu memeriksa apakah keyakinan subjektif sesuai dengan kinerja. Pendekatan campuran juga penting untuk menggali alasan mahasiswa tetap berbelanja meskipun merasa mampu mengendalikan keuangan.

Program berbasis *mastery experience* dapat diterapkan melalui laboratorium keuangan pribadi. Mahasiswa menerima simulasi pemasukan bulanan, biaya wajib, dan beberapa kejadian tak terduga. Mereka diminta membuat keputusan selama beberapa siklus, kemudian memperoleh umpan balik mengenai saldo, utang, dan pencapaian tujuan. Simulasi dapat dilanjutkan dengan praktik pada keuangan nyata secara sukarela dan terlindungi. Intervensi semacam ini membangun keyakinan dari pengalaman keberhasilan, mengajarkan strategi ketika gagal, dan memperlihatkan hubungan antara

keputusan kecil dan kondisi akhir. Dengan demikian, financial *self-efficacy* berkembang sebagai keyakinan yang terkalibrasi, bukan sekadar optimisme.

Kesimpulan Dan Saran

Financial self-efficacy mahasiswa secara deskriptif relatif tinggi, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif setelah literasi keuangan dikendalikan. Kelemahan paling nyata terdapat pada kemampuan merealisasikan pengeluaran sesuai rencana, sementara keyakinan umum dalam memilih kebutuhan dan mengelola uang memperoleh skor lebih tinggi. Temuan ini menunjukkan kesenjangan antara rasa mampu dan tindakan yang terukur. Perguruan tinggi perlu *membangun self-efficacy* melalui pengalaman keberhasilan nyata, pencatatan pengeluaran, umpan balik, kalibrasi keyakinan, dan latihan menghadapi stimulus konsumsi digital. Penelitian lanjutan perlu menguji *self-efficacy* yang spesifik terhadap perilaku, menggunakan data transaksi aktual, dan memasukkan faktor lingkungan serta psikologis yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Cappelli, T., Banks, A. P., & Gardner, B. (2024). Understanding money-management behaviour and its potential determinants among undergraduate students: A scoping review. *PLOS ONE*, 19(8), e0307137. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0307137>
- De Beckker, K., De Witte, K., & Van Campenhout, G. (2021). The effect of financial education on students' consumer choices: Evidence from a randomized experiment. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 188, 962-976. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.06.022>
- Gerrans, P. (2021). Undergraduate student financial education interventions: Medium term evidence of retention, decay, and confidence in financial literacy. *Pacific-Basin Finance Journal*, 67, 101552. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2021.101552>
- 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>
- Herdyane, E. F. R., Soesatyo, Y., Wulandari, S. S., & Surjanti, J. (2024). Does financial literacy influence students' level of consumptive behavior? The moderating role of self-control. *Technium Social Sciences Journal*, 58, 113-127. <https://doi.org/10.47577/tssj.v58i1.11053>
- Liu, L., & Zhang, H. (2021). Financial literacy, self-efficacy and risky credit behavior among college students: Evidence from online consumer credit. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100569. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100569>
- Lone, U. M., & Bhat, S. A. (2024). Impact of financial literacy on financial well-being: A mediational role of financial self-efficacy. *Journal of Financial Services Marketing*, 29, 122-137. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00183-8>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). OECD/INFE 2023 international survey of adult financial literacy. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/56003a32-en>

- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). Shaping students' financial literacy: The role of parents and socio-economic backgrounds. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/c3f3dc74-en>
- Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik. (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024. Otoritas Jasa Keuangan.
- Salas-Velasco, M. (2022). Causal effects of financial education intervention aimed at university students on financial knowledge and financial self-efficacy. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(7), 284. <https://doi.org/10.3390/jrfm15070284>
- Sumarno, Gimin, Noviana, E., Dafik, Ridlo, Z. R., & Mursyidah, I. L. (2024). The analysis of the RBL-STEM application in improving student financial literacy in controlling consumptive behavior. *Heliyon*, 10(12), e32382. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32382>
- Tang, N. (2021). Cognitive abilities, self-efficacy, and financial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 87, 102447. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2021.102447>