

## PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OVO PADA IBU RUMAH TANGGA DI KOTA BANDUNG

### *THE EFFECT OF FINANCIAL LITERATION ON THE DECISION OF USING OVO IN HOUSEWIFES IN BANDUNG CITY*

Lusiana Herlinawati<sup>1</sup>, Astrie Krisnawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Telkom, Bandung

lusianaherlinawati@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, astriekrisnawati@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

---

#### **Abstrak**

Dengan berkembangnya teknologi, produk keuangan menjadi semakin beragam dan salah satunya adalah OVO sebagai satu produk *e-wallet* di Indonesia. Keputusan penggunaan suatu produk terlebih produk *fintech* dapat menjadi keputusan yang kurang tepat tanpa didasari oleh pengetahuan mengenai keuangan. Pada struktur rumah tangga di Indonesia, ibu rumah tangga cenderung menjadi pengatur dan pengambil keputusan dalam keputusan finansial dari sebuah keluarga. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan OVO pada ibu rumah tangga di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada ibu rumah tangga di Kota Bandung sebagai responden sebanyak 400 sampel. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Untuk menguji pengaruh dari literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan OVO pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, uji t dan koefisien determinasi.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa tingkat literasi keuangan pada ibu rumah tangga di Kota Bandung termasuk pada golongan yang tinggi yaitu 77,13% dan tingkat keputusan penggunaan OVO yang juga termasuk tinggi yaitu 82,46%. Berdasarkan pada hasil analisis regresi linear sederhana dan uji t, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan OVO pada ibu rumah tangga di Kota Bandung.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, *E-wallet*, Ibu Rumah Tangga

#### **Abstract**

*With the development of technology, financial products have become increasingly diverse, one of which is OVO as an electronic wallet product in Indonesia. The decision to use a fintech product can be an inaccurate decision without being based on financial knowledge. By the household structure in Indonesia, a housewives tend to be regulators and decision makers in the family financial decisions. Therefore, this study aims to see the effect of financial literacy on the use of OVO decisions.*

*This study uses a questionnaire sent to housewives in Bandung as respondents as many as 400 samples. The sampling using non-probability sampling techniques with a purposive sampling approach. To test the effect of financial literacy on the decision to use OVO in this study, a simple linear regression analysis, t test and coefficient of determination are used.*

*This result of this research found out that the level of financial literacy among housewives in Bandung classified as high at 77.13% and the level of use of OVO was also classified as high at 82.46%. Based on the results of simple linear regression analysis and t-test, financial literacy has a positive and significant influences on the decision to use OVO among housewives in Bandung.*

**Keywords:** *Financial Literacy, E-wallet, Housewives*

---

## 1. Pendahuluan

Semakin berkembangnya teknologi, pilihan produk *financial technology* (*fintech*) semakin beragam dan salah satunya adalah penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016, *e-wallet* adalah sebuah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran. *Digital Mums Survey* 2019 mengemukakan bahwa terdapat potensi yang sangat besar untuk penggunaan *e-wallet* bagi para ibu rumah tangga di Indonesia. Hal ini sangat mungkin terjadi karena layanan *mobile payment* semakin populer seiring meningkatnya pemakaian *smartphone* hingga 70% dalam lima tahun terakhir di Indonesia serta semakin banyaknya pilihan aplikasi *e-wallet* tanpa kartu untuk bertransaksi [2]. Salah satu perusahaan *e-wallet* di Indonesia adalah OVO yang dimiliki oleh Lippo Group.

Pemilihan produk finansial ini perlu didasari dengan literasi keuangan yang baik. Literasi keuangan adalah kecakapan dan wawasan dari seseorang mengenai berbagai konsep dan risiko dalam bidang keuangan serta keterampilan untuk mengaplikasikan wawasan tersebut untuk membuat keputusan finansial yang tepat dan efektif demi mencapai kesejahteraan finansial bagi dirinya sendiri maupun untuk lingkungan masyarakat sosial [3]. Tanpa literasi keuangan yang baik, kemungkinan untuk membuat keputusan finansial yang kurang baik akan semakin besar, termasuk juga kegiatan pemilihan sarana atau produk keuangan yang digunakan untuk melakukan proses transaksi jual beli yang sudah semakin fleksibel seiring dengan teknologi yang terus berkembang sangat pesat, salah satunya adalah produk *fintech* yaitu OVO.

Adapun ibu rumah tangga memiliki kecenderungan dalam kehidupan berumah tangga atau keluarga sebagai seseorang yang memiliki pengaruh paling besar dalam pengambilan keputusan keuangan karena biasanya di Indonesia seorang ibu rumah tanggalah yang mengatur keuangan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari. Ibu rumah tangga yang memiliki peran sebagai pengambil keputusan keuangan dalam keluarga pun turut berimbas pada pemilihan produk keuangan termasuk produk *e-wallet*, dan pada tahun 2019 OVO menjadi dompet digital paling banyak digunakan oleh ibu rumah tangga di Indonesia [11]. Dengan peran yang dimiliki oleh ibu rumah tangga tersebut, maka diperlukan literasi keuangan yang baik dari ibu rumah tangga itu sendiri. Tetapi menurut Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2019 menunjukkan tingkat literasi keuangan pria sebesar 39,94%, relatif lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan pada wanita yaitu sebesar 36,13% [6].

## 2. Dasar Teori dan Kerangka Pemikiran

### 2.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah sebuah kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang baik demi tercapainya kesejahteraan finansial individu [4].

Definisi lain dari literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan/atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan [7].

### 2.2 Dimensi dalam Literasi Keuangan

Literasi keuangan terdiri atas empat dimensi, yaitu [5]:

#### 1. Uang dan Transaksi

Pada dimensi ini berfokus pada topik keuangan pribadi seperti pembayaran sehari-hari, pengeluaran, nilai uang, kartu bank, cek, rekening bank, dan mata uang.

#### 2. Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan

Pada dimensi ini penghasilan dan kekayaan membutuhkan perencanaan dan pengelolaan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

#### 3. Risiko dan Keuntungan

Pada dimensi ini, berfokus pada kemampuan untuk mengidentifikasi cara mengelola, menyeimbangkan, dan mencakup risiko serta pemahaman tentang potensi keuntungan atau kerugian finansial di berbagai konteks keuangan.

#### 4. *Financial Landscape*

Pada dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan mengenai berbagai karakter dan fitur di dalam dunia keuangan seperti hak serta tanggung jawab konsumen dalam kegiatan keuangan dan bagaimana seorang individu memiliki sumber daya informasi yang baik mengenai dunia keuangan.

### 2.3 Pengertian Keputusan Penggunaan Teknologi

UTAUT atau *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*, merupakan model untuk meneliti penerimaan dan keputusan penggunaan dari seorang pengguna atau *user* terhadap sebuah teknologi [12]. Keputusan penggunaan teknologi merupakan keputusan dari individu yang dipengaruhi oleh *behavioral intention* dan *use behavioral* [13]. Keputusan penggunaan teknologi merupakan bagian dari kepercayaan individu untuk menggunakan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh keyakinan, perilaku, tujuan dan penggunaan aktual dari individu tersebut [8].

## 2.4 Dimensi dalam Keputusan Penggunaan Teknologi

Keputusan penggunaan teknologi terdiri atas empat dimensi, yaitu [12]:

### 1. *Performance Expectancy*

Dimensi ini berfokus pada seberapa jauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mencapai keuntungan dalam performa kinerja.

### 2. *Effort Expectancy*

*Effort Expectancy* adalah tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem teknologi yang terdiri atas persepsi kemudahan penggunaan dan kompleksitas dari sebuah teknologi.

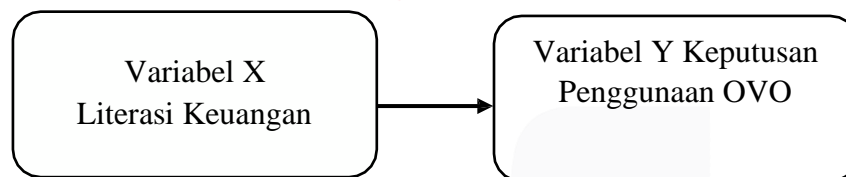
### 3. *Social Influence*

*Social influence* adalah sejauh mana individu memandang bahwa orang lain disekitarnya percaya bahwa dia harus menggunakan sistem teknologi baru.

### 4. *Facilitating Conditions*

*Facilitating conditions* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa ada organisasi atau perusahaan yang menyediakan sebuah infrastruktur teknis yang teratur untuk mendukung penggunaan sistem teknologi.

## 2.5 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

*Sumber: Data yang telah diolah*

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini yaitu “Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan OVO pada ibu rumah tangga di Kota Bandung.”

## 3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data deskriptif. Penelitian ini berdasarkan tipe penyelidikannya adalah penelitian kausal. Pada penelitian ini keterlibatan dari peneliti adalah tidak ikut mengintervensi atau memanipulasi data. Penelitian ini memiliki *setting* penelitian *non-contrived setting* atau dilakukan dalam lingkungan yang normal. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian yang waktu pelaksanaannya dilakukan secara *cross sectional*. Untuk pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner.

### 3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya [10]. Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah ibu rumah tangga di Kota Bandung yang pada tahun 2019 menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung berjumlah 669.568 jiwa [1].

### 3.2 Sampel

Sampel adalah sebuah bagian dari populasi yang *representative* dan dapat menggambarkan populasi tersebut [10]. Untuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* sehingga di dapatkan bahwa sampel yang digunakan adalah 400 responden yang merupakan ibu rumah tangga di Kota Bandung.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Statistik Deskriptif

#### 1. Rekapitulasi Variabel Literasi Keuangan

Pada penelitian ini, variabel literasi keuangan diukur melalui 8 item pernyataan yang terdiri dari 4 dimensi yaitu uang dan transaksi, perencanaan dan pengelolaan keuangan, risiko dan keuntungan, dan *financial landscape*. Berikut ini adalah hasil tanggapan responden pada kuesioner untuk menggambarkan variabel literasi keuangan:

**Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Literasi Keuangan**

No	Dimensi	Skor Total	Persentase
1.	Uang dan Transaksi	3437	85,93%
2.	Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan	3058	76,45%
3.	Risiko dan Keuntungan	3095	77,38%
4.	<i>Financial Landscape</i>	2751	68,78%
	<b>Skor Total</b>	12341	
	<b>Rata-rata Literasi Keuangan</b>	77,13%	

*Sumber: Data yang telah diolah*

Diketahui bahwa dimensi dengan persentase tertinggi merupakan dimensi uang dan transaksi yang mencapai angka 85,93% dan untuk dimensi dengan persentase terendah dimiliki oleh dimensi *financial landscape* yang berada pada angka 68,78%. Jumlah skor untuk variabel literasi keuangan ini mencapai 12.341 dari total skor ideal yang berada pada angka 16.000 sehingga diperoleh persentase untuk variabel literasi keuangan ini adalah sejumlah 77,13% yang termasuk pada kategori tinggi.

#### 2. Rekapitulasi Variabel Keputusan Penggunaan OVO

Pada penelitian ini, variabel keputusan penggunaan OVO diukur melalui 8 item pernyataan yang terdiri dari 4 dimensi yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Berikut ini adalah hasil

tanggapan responden pada kuesioner untuk menggambarkan variabel keputusan penggunaan OVO:

**Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Penggunaan OVO**

No	Dimensi	Skor Total	Persentase
1.	<i>Performance Expectancy</i>	3459	86,48%
2.	<i>Effort Expectancy</i>	3421	85,53%
3.	<i>Social Influence</i>	3160	79,00%
4.	<i>Faciliating Conditions</i>	3154	78,85%
	<b>Skor Total</b>	13194	
	<b>Rata-rata Keputusan Penggunaan OVO</b>	82,46%	

*Sumber: Data yang telah diolah*

Diketahui bahwa dimensi dengan persentase tertinggi merupakan dimensi *performance expectancy* yang mencapai angka 86,48% dan untuk dimensi dengan persentase terendah dimiliki oleh dimensi *faciliating conditions* yang berada pada angka 78,85%. Jumlah skor untuk variabel keputusan penggunaan OVO ini mencapai 13.194 dari total skor ideal yang berada pada angka 16.000 sehingga diperoleh persentase untuk variabel keputusan penggunaan OVO ini adalah sejumlah 82,46% yang termasuk pada kategori tinggi.

## 4.2 Uji Asumsi Klasik

### 4.2.1 Uji Normalitas

Pada penelitian ini dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah nilai residual dari model regresi pada penelitian ini sudah terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang baik merupakan model regresi yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Pengujian ini menggunakan metode Kolmogorov Smirnov dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters <sup>a b</sup>	Mean	0,0292705
	Std. Deviation	0,63891954
Most Extreme Differences	Absolute	0,035
	Positive	0,035
	Negative	-0,033
Test Statistic		0,035
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 <sup>c d</sup>
a. Test distribution is Normal b. Calculated from data c. Lilliefors Significance Correction d. This is a lower bound of the true significance		

*Sumber: Data yang telah diolah*

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa hasil dari uji normalitas dengan metode Kolmogorov Smirnov memperoleh angka signifikansi sebesar 0,200 dimana angka tersebut lebih besar dari 0,05 sesuai dengan ketentuan dimana jika nilai signifikansi dari hasil uji lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan data terdistribusi dengan normal [9].

#### 4.2.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi pada penelitian ini memiliki varian residual yang tidak sama untuk seluruh pengamatan. Dalam penelitian ini, dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji glesjer dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
		B		Beta		
1	(Constant)	0,184	0,035		5,267	0,000
	Literasi Keuangan	0,002	0,011	0,010	0,202	0,840

a. Dependent Variable: ABS\_RES

*Sumber: Data yang telah diolah*

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari uji heteroskedastisitas adalah 0,840. Jika nilai signifikansi lebih besar dari > 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas [9], sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

#### 4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan yang terjadi diantara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis regresi linear sederhana pada penelitian ini.

**Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
		B		Beta		
1	(Constant)	15,054	1,187		12,683	0,000
	Literasi Keuangan	0,581	0,038	0,607	15,250	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan OVO

*Sumber: Data yang telah diolah*

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 15,054 + 0,581X$$

Dapat diketahui dari persamaan di atas,  $a$  atau nilai konstanta memiliki nilai 15,054 yang dapat diartikan jika literasi keuangan ( $X$ ) memiliki nilai nol (0) maka variabel ( $Y$ ) yaitu keputusan penggunaan OVO bernilai 15,054. Dapat diketahui juga bahwa  $b$  atau nilai koefisien regresi pada penelitian ini memiliki angka 0,581 dan bersifat positif sehingga tiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan pada variabel literasi keuangan ( $X$ ) maka keputusan penggunaan OVO sebagai variabel ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,581 satuan. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan OVO bagi ibu rumah tangga di Kota Bandung, sehingga ketika literasi keuangan dari ibu rumah tangga di Kota Bandung tersebut tinggi maka keputusan penggunaan OVO akan semakin naik dan berlaku pula sebaliknya.

#### 4.4 Uji Hipotesis (Uji T)

Pengujian hipotesis dengan uji T memiliki fungsi sebagai alat untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen [9]. Pada penelitian ini uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel literasi keuangan ( $X$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan OVO ( $Y$ ). Berikut adalah hipotesis yang diuji dalam penelitian ini:

Ho: Literasi Keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan OVO pada ibu rumah tangga di Kota Bandung.

H1: Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan OVO pada ibu rumah tangga di Kota Bandung.

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t pada penelitian ini:

**Tabel 4.6 Hasil Uji T**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,054	1,187		12,683	0,000
	Literasi Keuangan	0,581	0,038	0,607	15,250	0,000

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan OVO

*Sumber: Data yang telah diolah*

Dapat diketahui berdasarkan Tabel 4.6 bahwa  $t$  hitung pada penelitian ini adalah sebesar 15,250 dan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000. pada penelitian ini  $t$  hitung bernilai lebih besar dibandingkan dengan  $t$  tabel ( $15,250 > 1,966$ ) dan juga nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan dalam uji hipotesis ini bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti variabel literasi keuangan ( $X$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan OVO ( $Y$ ) pada ibu rumah tangga di Kota Bandung.



#### 4.5 Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Berikut adalah hasil dari analisis koefisien determinasi pada penelitian ini:

**Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,607 <sup>a</sup>	0,369	0,367	3,24601

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan  
b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan OVO

*Sumber: Data yang telah diolah*

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai r adalah sebesar 0,607 atau sama dengan 36,8%. Dapat diartikan bahwa pengaruh literasi keuangan sebagai variabel independen (X) terhadap keputusan penggunaan OVO sebagai variabel dependen (Y) adalah sebesar 36,8% dan sisanya yaitu sebesar 63,2% adalah pengaruh yang dihasilkan dari variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

#### 5. Kesimpulan

Berdasarkan seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan OVO pada ibu rumah tangga di Kota Bandung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat literasi keuangan pada ibu rumah tangga di Kota Bandung memiliki skor nilai sebesar 77,13% yang termasuk pada kategori tinggi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ibu rumah tangga di Kota Bandung sudah memiliki literasi keuangan yang baik.
2. Keputusan penggunaan OVO pada ibu rumah tangga di Kota Bandung memiliki skor nilai sebesar 82,46% yang termasuk pada kategori tinggi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ibu rumah tangga di Kota Bandung sudah memiliki kepercayaan yang baik untuk menggunakan produk *fintech* OVO.
3. Literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan OVO pada ibu rumah tangga di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan penggunaan OVO. Besarnya pengaruh dari literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan OVO adalah sebesar 36,8% sedangkan 63,2% sisanya dipengaruhi oleh berbagai variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

**Referensi:**

- [1] Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2020, September 18). *Rumah Tangga dan Rata-Rata Banyaknya Anggota Rumah Tangga di Kota Bandung 2010 dan 2019*. Retrieved from <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2020/09/18/1119/rumah-tangga-dan-rata-rata-banyaknya-anggota-rumah-tangga-di-kota-bandung-2010-dan-2019.html>
- [2] Devita, V. D. (2019, Agustus 12). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?* Retrieved from iprice.co.id: <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- [3] Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. (2020). *Buku Literasi Finansial*. Retrieved from gln.kemdikbud.go.id: <https://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/buku-literasi-finansial/>
- [4] OECD. (2011). *Measuring Financial Literacy: Core Questionnaire in Measuring & Financial Literacy: Questionnaire and Guidance*. OECD Publishing.
- [5] OECD. (2012). *PISA 2012 : Financial Literacy Assesment Framework*. OECD Publishing.
- [6] Otoritas Jasa Keuangan. (2019, November 7). *Siaran Pers Survei OJK 2019: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Meningkat*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Survei-OJK-2019-Indeks-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-Meningkat.aspx>
- [7] Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- [8] Prabawalingga, I. G., & Yadnyana, I. K. (2016). Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Dengan Minat Penggunaan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 5.10, 3359-3390.
- [9] Priyatno. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- [10] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- [11] The Asiaparent Indonesia. (2019). *Digital Mums Survey 2019: Para ibu Indonesia mulai memanfaatkan e-money dan e-wallet*. Retrieved from [id.theasianparent.com:https://id.theasianparent.com/digital-mums-survey-2019](http://id.theasianparent.com:https://id.theasianparent.com/digital-mums-survey-2019)
- [12] Venkantesh, e. a. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly* Vol. 27 No. 3, 425-478.
- [13] Venkantesh, V., Thong, L. Y., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 328-376.