



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 16093-16105

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Era Digitalisasi Transaksi

Pierre Ichiro Asamakin, Herly Mathelda Oematan, Eve Ida Malau

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang

pierreichiro29@gmail.com, herly.oematan@staf.undana.ac.id, eve.malau@staf.undana.ac.id

Abstrak

Perkembangan digitalisasi transaksi keuangan melalui *e-wallet*, *QRIS*, dan *e-commerce* telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat, khususnya mahasiswa. Kemudahan transaksi yang didukung berbagai promo mendorong munculnya bias perilaku keuangan, seperti fenomena *Boy Math* dan *Girl Math*, yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan keuangan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi *Boy Math* terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi, menganalisis pengaruh persepsi *Girl Math* terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi, dan menganalisis pengaruh persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 91 mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi *Boy Math* berpengaruh signifikan dengan arah pengaruh negatif terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Persepsi *Girl Math* juga berpengaruh signifikan dengan arah pengaruh negatif terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Secara simultan, persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* masing-masing berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi. Secara simultan, persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, dengan kemampuan menjelaskan variasi perilaku keuangan sebesar 30%, sedangkan 70% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci: *Boy Math*, *Girl Math*, Perilaku Keuangan, Mental Accounting, Digitalisasi Transaksi.

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong percepatan digitalisasi di berbagai sektor, termasuk sektor keuangan. Digitalisasi transaksi keuangan ditandai dengan meningkatnya penggunaan instrumen pembayaran non-tunai seperti *e-wallet*, *mobile banking*, *QRIS*, *e-commerce*, serta layanan *paylater*. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan beragam insentif yang ditawarkan telah mengubah pola konsumsi dan perilaku keuangan masyarakat, khususnya generasi muda yang memiliki tingkat adopsi teknologi tinggi.

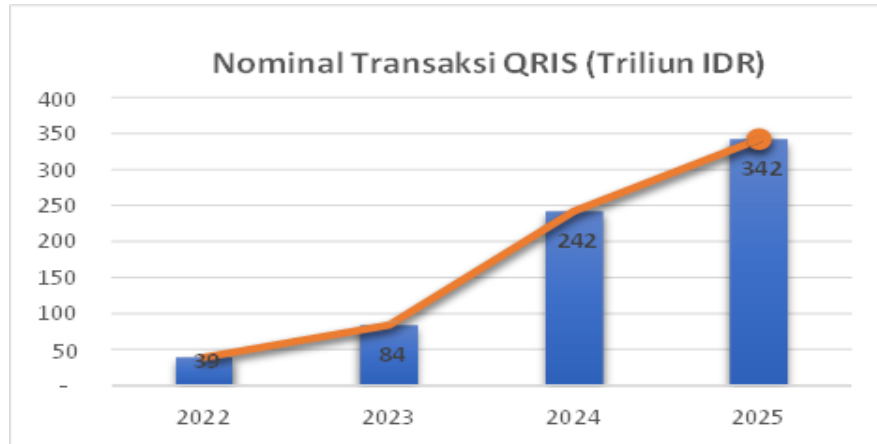


Gambar 1. Jumlah Usaha E-Commerce di Indonesia tahun 2020-2024

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Pengaruh Persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Era Digitalisasi Transaksi

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha *e-commerce* di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2020, jumlah usaha *e-commerce* tercatat sebesar 2,36 juta unit dan terus meningkat menjadi 2,87 juta unit pada tahun 2021, 3 juta unit pada tahun 2022, 3,82 juta unit pada tahun 2023, hingga mencapai 4,40 juta unit pada tahun 2024. Peningkatan ini menunjukkan semakin luasnya ekosistem perdagangan digital yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli secara daring.



Gambar 2. Nominal Transaksi QRIS di Indonesia tahun 2022-2025
Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI)

Seiring dengan pertumbuhan *e-commerce*, penggunaan sistem pembayaran digital juga mengalami lonjakan yang signifikan. Data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (2025), menunjukkan bahwa nominal transaksi QRIS mengalami peningkatan yang sangat pesat. Pada tahun 2022, nominal transaksi QRIS tercatat sebesar Rp39 triliun dan meningkat menjadi Rp84 triliun pada tahun 2023. Lonjakan yang lebih besar terjadi pada tahun 2024 dengan nominal transaksimencapai Rp242 triliun, dan kembali meningkat menjadi Rp342 triliun pada tahun 2025. Peningkatan ini tidak hanya mencerminkan transformasi sistem pembayaran, tetapi juga menunjukkan perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang semakin terdigitalisasi.

Perkembangan digitalisasi transaksi juga terlihat di wilayah Nusa Tenggara Timur (NTT). Laporan Bank Indonesia yang dikutip oleh ANTARA News, (2025) menunjukkan bahwa jumlah pengguna QRIS di NTT mencapai sekitar 310 ribu pengguna pada triwulan I tahun 2025. Jumlah transaksi QRIS pada periode tersebut tercatat sekitar 5,5 juta transaksi atau 20,6% dari target tahunan sebesar 26,5 juta transaksi. Total volume transaksi QRIS sepanjang tahun 2024 mencapai 22,4 juta transaksi dengan jumlah pengguna QRIS tertinggi di NTT adalah Kota Kupang yang menyumbang sekitar 23% dari total pengguna. Data tersebut menunjukkan adanya tren peningkatan penggunaan transaksi digital di wilayah NTT serta menunjukkan peran Kota Kupang sebagai pusat aktivitas ekonomi dalam mendorong adopsi pembayaran digital

Peningkatan jumlah pengguna dan volume transaksi QRIS mencerminkan kebiasaan masyarakat dalam menggunakan transaksi non-tunai. Kemampuan pengelolaan keuangan tidak selalu berkembang seiring dengan peningkatan tersebut. Penggunaan *e-wallet*, QRIS, serta *e-commerce* telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari mahasiswa. Pemanfaatan promo seperti diskon, *cashback*, dan *flash sale* berpotensi memperkuat persepsi subjektif dalam pengambilan keputusan keuangan. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda termasuk kelompok yang cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut. Kondisi pendapatan yang relatif terbatas seharusnya mendorong mahasiswa untuk mengelola keuangan secara rasional, terencana, dan hati-hati. Realitas di lapangan menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital justru dapat memicu perilaku konsumtif dan impulsif. Berdasarkan Penelitian (Oktaviani dkk., 2023 dan Somsom dkk., 2024), *e-commerce* dan *Financial Technology* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan akses, promosi, serta sistem pembayaran instan cenderung menurunkan hambatan psikologis dalam bertransaksi sehingga keputusan keuangan sering kali tidak didasarkan pada pertimbangan rasional yang menyeluruh.

Perilaku keuangan mahasiswa merupakan refleksi dari bagaimana individu mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, serta pengambilan keputusan konsumsi dalam kondisi sumber daya yang terbatas. Mahasiswa umumnya memiliki pendapatan yang relatif tetap dan terbatas, baik yang bersumber dari orang tua, beasiswa, maupun

pekerjaan paruh waktu. Secara teoritis, keterbatasan tersebut seharusnya mendorong perilaku keuangan yang lebih hati-hati, terencana, dan rasional. Menurut Siskawati & Ningtyas (2022), perilaku keuangan mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh faktor psikologis dan lingkungan sosial, terutama dalam konteks digitalisasi transaksi.

Pendekatan *Behavioral finance* menjelaskan bahwa keputusan keuangan individu dipengaruhi oleh faktor psikologis, bias kognitif, dan emosi (Gusti, 2024). Konsep *mental accounting* menjadi salah satu pendekatan utama yang menjelaskan bahwa individu tidak memperlakukan uang sebagai satu kesatuan yang homogen, melainkan mengelompokkannya ke dalam kategori-kategori mental tertentu berdasarkan sumber, tujuan, atau konteks penggunaannya (Suripto & Supriyanto, 2021: 31). Pengelompokan ini menyebabkan evaluasi keuangan tidak dilakukan secara agregat, melainkan secara parsial dan subjektif. Akibatnya, seseorang dapat merasa tetap aman secara finansial meskipun secara total pengeluarannya meningkat.

Praktik *mental accounting* terlihat dalam pemisahan penggunaan dana untuk kebutuhan pokok, hiburan, hobi, atau belanja online ke dalam akun mental yang berbeda (Firmansyah dkk., 2025). Pemisahan ini sering kali mengaburkan evaluasi rasional terhadap kondisi keuangan secara menyeluruh. Persepsi tersebut menunjukkan bahwa nilai uang dipahami secara subjektif dan tidak selalu sesuai dengan nilai ekonominya secara objektif. Menurut Polin (2025), fenomena *Boy Math* dan *Girl Math* dapat dipahami sebagai bentuk konkret dari *mental accounting* dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku *Girl Math* sering muncul dalam konteks transaksi digital, di mana diskon dan *cashback* dipersepsikan sebagai keuntungan atau bahkan dianggap sebagai uang gratis. Selain itu, saldo *e-wallet* kerap dipandang sebagai akun terpisah dari uang tunai sehingga lebih mudah dibelanjakan (Polin, 2025). Promosi berulang dapat mendorong konsumsi yang tidak direncanakan karena individu merasa memperoleh nilai tambah, meskipun secara agregat tetap terjadi pengeluaran.

Perilaku *Boy Math* ditandai dengan kecenderungan merasionalisasi pengeluaran besar melalui pembingkai, seperti membeli barang mahal karena dianggap sebagai investasi hobi atau simbol kualitas. Individu dapat berlaku boros dalam konteks tertentu, misalnya terhadap pasangan, pertemanan atau hobi, namun pada saat yang sama membatasi pengeluaran untuk kebutuhan pribadi lainnya (Polin, 2025). Pengeluaran dipisahkan ke dalam akun-akun mental tertentu sehingga tidak dianggap membebani kondisi keuangan secara keseluruhan. Fenomena *Boy Math* dan *Girl Math* dapat dipahami sebagai bentuk konkret dari *mental accounting* dalam kehidupan sehari-hari. Keputusan keuangan dalam konteks tersebut dipengaruhi oleh *framing*, *specific account*, *self control*, dan *self report* yang merupakan komponen utama dari *mental accounting* (Sari & Ismawati, 2022). Hal ini menarik untuk diteliti, terutama pada mahasiswa akuntansi yang secara akademik memiliki pemahaman mengenai pengelolaan keuangan dan pencatatan transaksi. Secara teoritis, literasi keuangan yang lebih baik seharusnya menghasilkan perilaku keuangan yang lebih rasional meskipun dalam praktiknya, bias perilaku tetap dapat terjadi karena faktor psikologis sering kali lebih dominan dibandingkan pengetahuan kognitif.

Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Cendana dipilih karena memiliki pemahaman tentang pengelolaan keuangan, sehingga secara teoritis diharapkan mampu menunjukkan perilaku keuangan yang lebih rasional. Berdasarkan penelitian Tantry dkk. (2021), mahasiswa akuntansi Universitas Nusa Cendana memiliki pemahaman tentang pentingnya perencanaan keuangan serta memiliki kemampuan pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan yang cukup baik walaupun masih terdapat kelemahan dalam pengalokasian keuangan, seperti kecenderungan peningkatan konsumsi seiring bertambahnya pendapatan serta rendahnya perhatian terhadap tabungan dan investasi. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan keuangan dan praktik pengelolaan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian mengenai *mental accounting* dan perilaku keuangan telah banyak dilakukan. Fokus penelitian sebelumnya masih terbatas pada konsep umum *mental accounting* dan belum secara spesifik mengkaji fenomena *Boy Math* dan *Girl Math* sebagai bentuk modern dari bias tersebut. Pemahaman yang kurang memadai mengenai pengaruh bias perilaku berpotensi menyebabkan pengelolaan keuangan yang kurang optimal di tengah kemudahan transaksi digital.

Penelitian ini diperlukan untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini disusun dengan judul **“Pengaruh Persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Era Digitalisasi Transaksi.”**

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi dalam penggunaan transaksi digital. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana. Populasi penelitian berjumlah 967 mahasiswa, sedangkan sampel sebanyak 91 responden ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria mahasiswa aktif yang menggunakan transaksi digital (e-wallet, QRIS, atau e-commerce) dan pernah melakukan transaksi online dalam satu bulan terakhir. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert untuk mengukur tiga variabel penelitian, yaitu persepsi *Boy Math* (X_1), persepsi *Girl Math* (X_2), dan perilaku keuangan (Y). Sebelum dilakukan analisis, instrumen diuji validitasnya menggunakan korelasi item-total dan reliabilitasnya menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS melalui analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, serta analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2) dengan tingkat signifikansi 5%.

3. Hasil dan Diskusi

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, semester, dan usia. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 91 mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	24	26,37%
Perempuan	67	73,63%
Total	91	100,00%

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil penelitian, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 67 orang atau 73,63%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 24 orang atau 26,37%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Tabel 2. Semester Responden

Semester	Frekuensi	Persentase
8	40	43,96%
6	10	10,99%
4	17	18,68%
2	24	26,37%
Total	91	100,00%

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan semester, responden semester 8 merupakan jumlah terbanyak yaitu 40 orang atau 43,96%. Selanjutnya semester 2 sebanyak 24 orang atau 26,37%, semester 4 sebanyak 17 orang atau 18,68%, dan semester 6 sebanyak 10 orang atau 10,99%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari

mahasiswa semester akhir yang dinilai telah memiliki pengalaman lebih dalam menggunakan transaksi digital serta mengelola keuangan pribadi.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 3. Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
18	12	13,19%
19	17	18,68%
20	15	16,48%
21	15	16,48%
22	25	27,47%
23	6	6,59%
24	1	1,10%
Total	91	100,00%

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 22 tahun, yaitu sebanyak 25 orang (27,47%). Selanjutnya, responden berusia 19 tahun berjumlah 17 orang (18,68%), sedangkan responden berusia 20 tahun dan 21 tahun masing-masing berjumlah 15 orang (16,48%). Responden berusia 18 tahun sebanyak 12 orang (13,19%), responden berusia 23 tahun sebanyak 6 orang (6,59%), dan responden berusia 24 tahun sebanyak 1 orang (1,10%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia produktif mahasiswa aktif yang telah terbiasa memanfaatkan berbagai layanan transaksi digital, seperti QRIS, *e-wallet*, dan *e-commerce*, dalam aktivitas sehari-hari.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai data penelitian yang meliputi nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari persepsi *Boy Math* (X1), persepsi *Girl Math* (X2), dan perilaku keuangan (Y).

Tabel 4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	91	13	32	22,03	3,469
X2	91	8	28	17,25	4,373
Y	91	38	70	57,10	6,092

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel persepsi *Boy Math* (X1) memiliki jumlah responden sebanyak 91 orang dengan nilai minimum sebesar 13 dan nilai maksimum sebesar 32. Nilai rata-rata (*mean*) variabel *Boy Math* sebesar 22,03 dengan standar deviasi sebesar 3,469. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki persepsi *Boy Math* yang cukup tinggi dalam pengambilan keputusan keuangan. Variabel persepsi *Girl Math* (X2) memiliki nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum sebesar 28. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 17,25 dengan standar deviasi sebesar 4,373. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan persepsi *Girl Math* dalam tingkat sedang hingga tinggi, terutama dalam memandang diskon, *cashback*, dan promo digital sebagai bentuk keuntungan. Sementara itu, variabel perilaku keuangan (Y) memiliki nilai minimum sebesar 38 dan nilai maksimum sebesar 70. Nilai rata-rata (*mean*) variabel perilaku keuangan sebesar 57,10 dengan standar deviasi sebesar 6,092. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum

responden memiliki perilaku keuangan yang cukup baik dalam mengelola keuangan pribadi di era digitalisasi transaksi. Nilai standar deviasi pada seluruh variabel lebih kecil dibandingkan nilai rata-ratanya, sehingga dapat disimpulkan bahwa penyebaran data dalam penelitian ini relatif baik dan data cenderung homogen.

Uji Kualitas Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel sebesar 0,207 pada taraf signifikansi 5%. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Kriteria
<i>Boy Math</i> (X1)	X1.1	0,552	0,207	Valid
	X1.2	0,722	0,207	Valid
	X1.3	0,523	0,207	Valid
	X1.4	0,410	0,207	Valid
	X1.5	0,442	0,207	Valid
	X1.6	0,596	0,207	Valid
	X1.7	0,494	0,207	Valid
	X1.8	0,410	0,207	Valid
<i>Girl Math</i> (X2)	X2.1	0,437	0,207	Valid
	X2.2	0,560	0,207	Valid
	X2.3	0,624	0,207	Valid
	X2.4	0,613	0,207	Valid
	X2.5	0,423	0,207	Valid
	X2.6	0,402	0,207	Valid
	X2.7	0,600	0,207	Valid
	X2.8	0,648	0,207	Valid
Perilaku Keuangan (Y)	Y.1	0,647	0,207	Valid
	Y.2	0,580	0,207	Valid
	Y.3	0,524	0,207	Valid
	Y.4	0,669	0,207	Valid
	Y.5	0,559	0,207	Valid
	Y.6	0,674	0,207	Valid
	Y.7	0,433	0,207	Valid
	Y.8	0,390	0,207	Valid
	Y.9	0,556	0,207	Valid
	Y.10	0,382	0,207	Valid
	Y.11	0,572	0,207	Valid

	Y.12	0,512	0,207	Valid
	Y.13	0,502	0,207	Valid
	Y.14	0,465	0,207	Valid

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Boy Math (X1) memiliki nilai r hitung antara 0,410–0,722, variabel Persepsi Girl Math (X2) memiliki nilai r hitung antara 0,402–0,648, dan variabel Perilaku Keuangan (Y) memiliki nilai r hitung antara 0,382–0,674. Seluruh nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,207), sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid. Dengan demikian, instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha (a)	R Krisis	Kriteria
Boy Math (X1)	0,64	0,60	Reliabel
Girl Math (X2)	0,61	0,60	Reliabel
Perilaku Keuangan (Y)	0,79	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Boy Math (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,61, variabel Persepsi Girl Math (X2) sebesar 0,64, dan variabel Perilaku Keuangan (Y) sebesar 0,79. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga masing-masing variabel dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi syarat sebagai alat ukur yang valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan untuk analisis data pada tahap selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	91
Exact Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai Exact Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 dengan jumlah sampel sebanyak 91 responden. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda serta pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	VIF
		Tolerance	
	(Constant)		
	Boy Math (X1)	0,991	1,009
	Girl Math (X2)	0,991	1,009
a. Dependent Variabel: Perilaku Keuangan			

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai VIF sebesar 1,009 untuk variabel independen dalam penelitian ini. Nilai tersebut jauh di bawah batas maksimum 10. Selain itu, nilai Tolerance sebesar 0,991, yang berarti lebih besar dari 0,10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, yaitu persepsi Boy Math (X1) dan persepsi Girl Math (X2). Oleh karena itu, model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Uji Glejser dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, dan jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a			
Model		Sig.	Keterangan
	Boy Math (X1)	0,990	Bebas Heteroskedastisitas
	Girl Math (X2)	0,666	Bebas Heteroskedastisitas
a. Dependent Variabel: ABS_RES			

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil Uji Glejser, diperoleh nilai signifikansi variabel Persepsi Boy Math (X1) sebesar 0,990 dan variabel Persepsi Girl Math (X2) sebesar 0,666. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan pada seluruh nilai variabel independen, sehingga model regresi telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda serta pengujian hipotesis selanjutnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh persepsi Boy Math (X1) dan persepsi Girl Math (X2) terhadap Perilaku Keuangan (Y) mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi, baik secara parsial maupun simultan. Analisis ini juga bertujuan untuk melihat arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, apakah bersifat positif atau negatif. Pengujian dilakukan

menggunakan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, diperoleh nilai koefisien regresi sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
	(Constant)	75,770	3,246
	Boy Math (X1)	-0,403	0,133
	Girl Math (X2)	-0,629	0,125
a. Dependent Variabel: Perilaku Keuangan			

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 75,770 - 0,403 X_1 - 0,629 X_2 - \varepsilon$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar **75,770** menunjukkan bahwa apabila variabel Persepsi Boy Math (X1) dan Persepsi Girl Math (X2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Perilaku Keuangan (Y) sebesar **75,770**.
2. Koefisien regresi Boy Math (X1) sebesar **-0,403** menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi Boy Math akan menurunkan Perilaku Keuangan sebesar **0,403** satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi Girl Math (X2) sebesar **-0,629** menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi Girl Math akan menurunkan Perilaku Keuangan sebesar **0,629** satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki arah hubungan negatif terhadap perilaku keuangan. Artinya, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa dalam melakukan rasionalisasi pengeluaran melalui persepsi Boy Math maupun Girl Math, maka semakin rendah kualitas perilaku keuangan yang dimiliki. Dengan kata lain, peningkatan persepsi Boy Math dan Girl Math cenderung diikuti oleh penurunan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan secara baik dan rasional.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel 11. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
	(Constant)	23,342	<0,001
	Boy Math (X1)	-3,033	0,003
	Girl Math (X2)	-5,040	<0,001
a. Dependent Variabel: Perilaku Keuangan			

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

1. Pengaruh Persepsi Boy Math terhadap Perilaku Keuangan
Variabel Persepsi Boy Math (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar -3,033 dengan nilai signifikansi 0,003. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$), sehingga H1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi Boy Math berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi. Koefisien regresi yang bernilai negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa merasionalisasi pengeluaran besar, maka semakin rendah perilaku keuangan yang dimiliki.
2. Pengaruh Persepsi Girl Math terhadap Perilaku Keuangan
Variabel Persepsi Girl Math (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar -5,040 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga H2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi Girl Math berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi. Arah koefisien regresi yang negatif mengindikasikan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa memandang diskon, cashback, dan promo sebagai keuntungan, maka perilaku keuangan cenderung menurun.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel Persepsi Boy Math (X1) dan Persepsi Girl Math (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan (Y).

Tabel 12. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Constant)					
	Regression	1003,603	2	501,801	18,899	<0,001
	Residual	2336,507	88	26,551		
	Total	3340,110	90			
a. Dependent Variabel: Perilaku Keuangan						
b. Predictors: (Constan), Girl Math, <i>Boy Math</i>						

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 18,899 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak dan signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa Persepsi Boy Math dan Persepsi Girl Math secara simultan berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi. Dengan demikian, H3 diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,548	0,300	0,285	5,152
a. Predictors: (Constant), Girl Math, Boy Math				
a. Predictors: (Constant), Girl Math, Boy Math				

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,300 dan Adjusted *R Square* sebesar 0,285. Nilai *R Square* sebesar 0,300 menunjukkan bahwa variabel Persepsi *Boy Math* dan Persepsi *Girl Math* mampu menjelaskan variasi Perilaku Keuangan sebesar 30%. Sementara itu, 70% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti literasi keuangan, gaya hidup, lingkungan sosial, pendapatan, dan *Financial technology* (Putri dkk., 2023; Suyanto & Sada, 2022).

Pembahasan

Pengaruh Persepsi *Boy Math* terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Era Digitalisasi Transaksi

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa Persepsi *Boy Math* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,403. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Persepsi *Boy Math* berpengaruh signifikan dengan arah pengaruh negatif terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa Persepsi *Boy Math* berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi diterima. Arah pengaruh yang negatif menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi dengan kecenderungan *Boy Math* yang tinggi memiliki perilaku keuangan yang cenderung semakin menurun. Sebaliknya, mahasiswa dengan kecenderungan *Boy Math* yang rendah cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih baik. Kecenderungan *Boy Math* yang tinggi membuat mahasiswa lebih rentan melakukan pengeluaran yang kurang terencana sehingga berdampak pada menurunnya kualitas perilaku keuangan. Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui teori *mental accounting* yang menjelaskan bahwa individu cenderung mengelompokkan dan mengevaluasi uang ke dalam akun-akun mental tertentu. Dalam konteks *Boy Math*, mahasiswa cenderung membingkai pengeluaran besar sebagai investasi, penghargaan diri, atau kebutuhan jangka panjang sehingga pengeluaran tersebut dianggap wajar meskipun berpotensi mengurangi kemampuan pengelolaan keuangan secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa akuntansi memiliki pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan, mereka tetap dapat mengalami bias perilaku dalam mengambil keputusan keuangan. Kemudahan transaksi digital, pembayaran non-tunai, serta akses yang mudah terhadap berbagai produk dan layanan dapat memperkuat kecenderungan mahasiswa untuk melakukan rasionalisasi terhadap pengeluaran bernilai besar. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian Syahidurrohm dkk. (2025), yang menemukan bahwa *mental accounting* berpengaruh signifikan terhadap perilaku generasi Z dalam mengelola dan menggunakan uang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu cenderung memperlakukan uang secara berbeda berdasarkan persepsi dan sumber penggunaannya sehingga dapat memengaruhi pengambilan keputusan keuangan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Febrian dkk. (2024) yang menyatakan bahwa *mental accounting* dapat memengaruhi keputusan pengeluaran mahasiswa melalui proses rasionalisasi dan *framing* tertentu. Temuan ini mendukung pandangan bahwa keputusan keuangan tidak selalu didasarkan pada pertimbangan yang sepenuhnya rasional.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Fayliencent dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa perilaku keuangan dipengaruhi oleh faktor psikologis dalam pengambilan keputusan keuangan. Individu yang kurang mampu mengendalikan dorongan konsumsi cenderung lebih mudah melakukan pengeluaran yang tidak sesuai dengan perencanaan keuangan. Kondisi tersebut sejalan dengan fenomena *Boy Math*, di mana mahasiswa cenderung membenarkan pengeluaran besar dengan alasan tertentu sehingga pengelolaan keuangan menjadi kurang optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi sebagai individu yang mempelajari pencatatan, penganggaran, dan pengambilan keputusan keuangan tidak sepenuhnya terbebas dari bias perilaku dalam mengelola keuangannya. Pengetahuan akuntansi yang dimiliki belum tentu diikuti dengan perilaku keuangan yang baik ketika mahasiswa dihadapkan pada keputusan konsumsi sehari-hari. Dalam kondisi tertentu, mahasiswa tetap dapat melakukan pembenaran terhadap pengeluaran besar dengan alasan kebutuhan akademik, investasi masa depan, atau penghargaan terhadap diri sendiri. Sebagai contoh, mahasiswa akuntansi dapat menganggap pembelian laptop dengan spesifikasi tinggi, telepon genggam terbaru, atau perlengkapan penunjang perkuliahan sebagai investasi yang harus segera dilakukan, meskipun kondisi keuangan belum memungkinkan. Rasionalisasi tersebut membuat pengeluaran yang sebenarnya cukup besar dianggap wajar sehingga berpotensi mengurangi kemampuan mahasiswa dalam mengatur anggaran, menabung, dan mengendalikan pengeluaran.

Pengaruh Persepsi Girl Math terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Era Digitalisasi Transaksi

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa Persepsi Girl Math memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,001 dengan koefisien regresi sebesar -0,629. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Girl Math berpengaruh signifikan dengan arah pengaruh negatif terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis kedua (H2) diterima. Arah pengaruh yang negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa memiliki pola pikir Girl Math, maka perilaku keuangannya cenderung semakin menurun. Sebaliknya, semakin rendah kecenderungan tersebut, maka perilaku keuangan mahasiswa cenderung semakin baik. Perspektif *mental accounting* menjelaskan bahwa individu sering kali memisahkan sumber dana ke dalam akun mental yang berbeda. Saldo *e-wallet*, *cashback*, atau potongan harga sering dipersepsikan sebagai keuntungan tambahan sehingga pengeluaran yang dilakukan terasa lebih ringan dibandingkan pengeluaran menggunakan uang tunai atau rekening utama. Akibatnya, individu lebih mudah melakukan pembelian yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Siskawati & Ningtyas (2022), yang menyatakan bahwa fitur promo, *cashback*, dan *flash sale* dapat menciptakan ilusi penghematan sehingga individu merasa memperoleh keuntungan, padahal tetap terjadi pengeluaran. Penelitian Weda dkk. (2025) juga menemukan bahwa pemisahan akun digital dapat memengaruhi cara individu mengevaluasi kondisi keuangannya karena transaksi dilakukan melalui akun yang dianggap terpisah dari pendapatan utama. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Nurhaibah & Apriadi (2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital dan program *cashback* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Kemudahan transaksi serta insentif *cashback* mendorong perilaku konsumtif, terutama pada kelompok usia muda yang sensitif terhadap promosi. Hasil tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa persepsi Girl Math dapat memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa melalui cara pandang yang menganggap *cashback* dan promo sebagai keuntungan finansial.

Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa akuntansi sebagai kelompok yang sangat dekat dengan teknologi digital dan transaksi non-tunai rentan terhadap pengaruh berbagai promosi yang ditawarkan oleh platform digital. Sebagai bagian dari generasi yang aktif menggunakan *e-wallet*, *marketplace*, *mobile banking*, dan aplikasi pembayaran digital, mahasiswa sering berhadapan dengan berbagai bentuk insentif seperti *cashback*, voucher, gratis ongkir, dan potongan harga. Kondisi tersebut dapat menyebabkan mahasiswa menganggap suatu transaksi sebagai bentuk penghematan meskipun pada kenyataannya tetap terjadi pengeluaran. Sebagai contoh, mahasiswa dapat membeli produk yang sebelumnya tidak direncanakan hanya karena adanya promo *cashback* atau diskon besar pada aplikasi belanja daring. Akibatnya, pengeluaran menjadi meningkat dan perencanaan keuangan yang telah dibuat sebelumnya menjadi kurang efektif.

Pengaruh Persepsi Boy Math dan Girl Math terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Era Digitalisasi Transaksi

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 18,899 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Artinya, Persepsi Boy Math dan Persepsi Girl Math secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh satu bentuk bias perilaku saja, melainkan kombinasi dari berbagai mekanisme psikologis yang berkaitan dengan pengelolaan uang. Persepsi Boy Math memengaruhi cara mahasiswa membenarkan pengeluaran besar, sedangkan Persepsi Girl Math memengaruhi cara mahasiswa menilai keuntungan dari promo, *cashback*, dan transaksi digital. Kedua persepsi tersebut secara bersamaan membentuk pola pengambilan keputusan keuangan mahasiswa. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,300 menunjukkan bahwa Persepsi Boy Math dan Persepsi Girl Math mampu menjelaskan variasi perilaku keuangan mahasiswa sebesar 30%, sedangkan 70% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti literasi keuangan, pendapatan, gaya hidup, kontrol diri, lingkungan sosial, penggunaan teknologi keuangan, dan faktor psikologis lainnya.

Hal ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan mahasiswa merupakan perilaku yang kompleks dan tidak hanya dipengaruhi oleh Persepsi Boy Math dan Persepsi Girl Math. Dalam praktiknya, perilaku keuangan mahasiswa juga dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki, kemampuan mengendalikan diri dalam berbelanja, kondisi ekonomi atau pendapatan yang diterima, gaya hidup, lingkungan sosial, serta kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital. Selain itu, faktor psikologis seperti kebiasaan konsumsi, motivasi, dan preferensi individu juga dapat memengaruhi cara mahasiswa mengelola keuangannya. Meskipun Persepsi Boy

Math dan Persepsi Girl Math terbukti berpengaruh signifikan, masih terdapat berbagai faktor lain yang turut berkontribusi dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa. Temuan ini mendukung teori *Behavioral Finance* yang menyatakan bahwa keputusan keuangan individu tidak selalu bersifat rasional, melainkan dipengaruhi oleh berbagai bias kognitif dan psikologis. Dalam konteks mahasiswa akuntansi, pengetahuan keuangan yang dimiliki belum sepenuhnya mampu menghilangkan pengaruh bias perilaku dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran terhadap bias *Boy Math* dan *Girl Math* menjadi penting agar mahasiswa dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi *Boy Math* berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi dengan arah pengaruh negatif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa merasionalisasi pengeluaran besar sebagai sesuatu yang wajar atau menguntungkan, maka perilaku keuangannya cenderung semakin menurun. Persepsi *Girl Math* berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi dengan arah pengaruh negatif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa memandang diskon, *cashback*, dan promo sebagai keuntungan sehingga mendorong pengeluaran, maka perilaku keuangan yang dimiliki cenderung semakin menurun. Persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di era digitalisasi transaksi. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa persepsi *Boy Math* dan *Girl Math* mampu menjelaskan perilaku keuangan mahasiswa sebesar 30%, sedangkan sisanya sebesar 70% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Referensi

1. ANTARA News. (2025). BI catat pengguna QRIS di NTT mencapai 310 ribu pada triwulan I 2025 - ANTARA News Kupang, Nusa Tenggara Timur - ANTARA News Nusa Tenggara Timur - Berita Terkini Nusa Tenggara Timur. <https://kupang.antaranews.com>
2. Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. (2025). Statistik QRIS - ASPI Indonesia. <https://aspi-indonesia.or.id/statistik-qr/s/>
3. Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik E-Commerce 2024 - Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://www.bps.go.id>
4. Fayliencent, I. N., Solissa, F., Turot, M., Anggreyani, P., & Astuti, W. (2025). MENTAL ACCOUNTING BIAS TERHADAP PERILAKU KEUANGAN: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 36(3), 223–242. <https://doi.org/10.53916/JAM.V36I3.166>
5. Febrian, A., Yunita, K., & Rusmita, S. (2024). Mental Accounting and Heuristic Behavior of Accounting Students in Balancing Expenditures for Cigarettes and Savings. *International Research Journal of Economics and Management Studies (IRJEMS)*, 3(7). <https://doi.org/10.56472/25835238/irjems-v3i7p137>
6. Firmansyah, K., Dilvan Rafa, W., & Astarani, J. (2025). Mengeksplorasi Mental Accounting Pada Pemenuhan Kebutuhan Dan Self-Reward Mahasiswa Generasi Z. 9(2). <https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.5806>
7. Gusti, G. P. (2024). Analysis Of Indonesian Citizens' Financial Behavior In Online Shopping: A Study Of Average Expenditures And Influence Factors. *Malaysian E Commerce Journal*, 8(1), 17–22. <https://doi.org/10.26480/mecj.01.2024.17.22>
8. Nurhaibah, S., & Apriadi, D. (2025). Analisis Pengaruh Dompot Digital dan Cashback Terhadap Perilaku Keuangan Konsumen di E-Commerce: Studi Kasus Shopeepay dan DANA pada Pengguna Usia 18–25 Tahun di Kota Bandung. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 59–72. <https://doi.org/10.55606/JURIMA.V5I2.5218>
9. Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281–290. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i3.16620>
10. Polin, J. (2025). Boy Math: Pelit ke Diri Sendiri, Royal ke Pacar - YouTube. <https://www.youtube.com>
11. Putri, W. D., Fontanella, A., & Handayani, D. (2023). Pengaruh Penggunaan Financial Technology, Gaya Hidup dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. 18(1), 51–72. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jam>
12. Sari, A. E., & Ismawati, A. F. (2022). Mental Accounting dalam Keputusan Pembelian Item Game Online Mobile Legends: Bang Bang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(2), 115–124. <https://doi.org/10.37058/jem.v8i2.5204>
13. Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). Financial Literature, Financial Technology and Student Financial Behavior. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 7(2), 102–113. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1334>
14. Somsom, S., Alamanda, R., Maharani, D., Ruhamafillah, S., Cholif, I., & Puspa, D. (2024). Pengaruh E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital. *Multidisciplinary Scientifict Journal*, 2(11).
15. Suripto, & Supriyanto. (2021). *Behavior Finance: Theory and Implementation*. Lampung: CV. Global Aksara Pers.
16. Suyanto, & Sada, Y. M. V. K. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86–99. <https://doi.org/10.55587/JLA.V2I2.35>
17. Syahidurrohm, N., Rismayani, G., & Rahayu, I. (2025). Perilaku Keuangan, Mental Accounting dan Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Mahasiswa pada Generasi Z (Survei pada Mahasiswa Generasi Z di Provinsi Jawa Barat). *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 7, 50–62. <https://journal.uui.ac.id/NCAF/article/view/38691>
18. Tantry, N. S., Dethan, M. A., & Tungga, C. A. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Undana). *Jurnal Akuntansi: Transparansi Dan Akuntabilitas*, 9(2), 194–203. <https://doi.org/10.35508/JAK.V9I2.5458>
19. Weda, K., Ariwangsa, O., Tirtayani, M., & Dewi, P. (2025). Pengelolaan Keuangan Gen Z yang Dipengaruhi Inklusi Keuangan, Dompot Digital dan Literasi Keuangan sebagai Moderasi. *INOVASI*, 12(2), 407–419. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v12i2.p407-419.54307>