

Dapatkah *Love of Money* Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Online Shop Performance*?

Maulidyaningtiyas¹

maulidyaningtiyas.19078@mhs.unesa.ac.id

Rendra Arief Hidayat²

rendrahidayat@unesa.ac.id

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Universitas Negeri Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to test and analyze the influence of financial knowledge, attitude, and behavior on online shop performance with love of money as moderator. Quantitative descriptive was used as research method and primer data was obtained by distributing surveys to 100 young entrepreneurs in East Java. Research data was analyzed using multiple and moderated regression analysis through IBM SPSS Statistics 26 application. The result show the influence of financial knowledge, attitude, and behavior on the online shop performance simultaneously however, only financial behavior that show a significant influence and thus love of money is only able to moderate the influence of financial behavior on the online shop performance. These results emphasize the importance of financial literacy and various parties support regarding increasing financial literacy through financial education or training for young entrepreneurs.

Keywords: *Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Behavior, Love of Money, Online Shop Performance*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh financial knowledge, attitude, dan behavior terhadap online shop performance dengan love of money sebagai moderator. Deskriptif kuantitatif digunakan sebagai metode penelitian dan data primer diperoleh dari penyebaran survei pada 100 young entrepreneurs di Jawa Timur. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dan moderasi melalui aplikasi Statistik IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh financial knowledge, attitude, dan behavior terhadap online shop performance secara simultan namun, hanya financial behavior yang berpengaruh signifikan serta love of money yang hanya memoderasi pengaruh financial behavior terhadap online shop performance. Hasil ini menegaskan pentingnya literasi keuangan dan dukungan berbagai pihak untuk meningkatkan literasi keuangan melalui pendidikan atau pelatihan keuangan bagi young entrepreneurs.

Kata Kunci: *Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Behavior, Love of Money, Online Shop Performance*

PENDAHULUAN

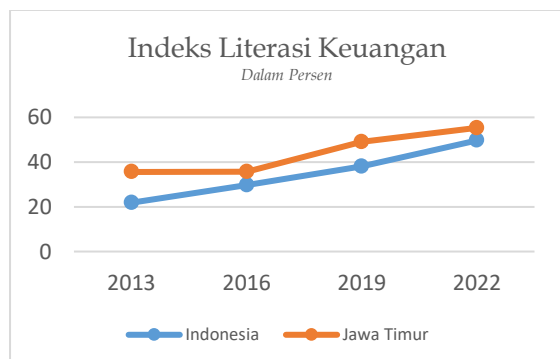
Latar Belakang

Terjadinya pandemi Covid-19 semakin mengakselerasi aktivitas interaksi digital yang berdampak pada peningkatan penggunaan *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia telah mencapai 2.87 juta usaha (Badan Pusat Statistik, 2022). Jawa Timur memiliki jumlah *e-commerce* terbanyak kedua yakni 467.996 usaha (Katadata, 2021). Pelaku

usaha *online* didominasi oleh generasi Milenial dan generasi Z (Badan Pusat Statistik, 2022). *Young entrepreneurs* berkontribusi bagi kemajuan ekonomi dengan potensi keterampilan dan keahlian melalui aktivitas *online shop*.

Pengambilan keputusan berdasarkan informasi laporan keuangan menjadikan *performance* usaha dapat diukur melalui instrumen keuangan. Informasi ini mengindikasikan kesehatan usaha yang dapat

digunakan sebagai bahan evaluasi, perencanaan, dan pengembangan kegiatan usaha (Badan Pusat Statistik, 2022). Meskipun usaha *online* memiliki berbagai kelebihan dan kemudahan, aspek keuangan masih menjadi kendala yang dihadapi pelaku usaha meninjau hanya 22.06% yang melakukan pencatatan laporan keuangan (Badan Pusat Statistik, 2022).



Grafik 1. Indeks Literasi Keuangan
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan pada Grafik 1, indeks literasi keuangan Jawa Timur terus meningkat sampai 55.32%. Meskipun demikian, peningkatan yang terjadi tidak diikuti dengan maksimalnya *performance* usaha. Hasil Statistik *E-commerce* 2022 menunjukkan kendala utama pada aspek keuangan adalah kurangnya permodalan usaha (Badan Pusat Statistik, 2022).

Perkembangan literasi keuangan penting untuk dievaluasi serta perlu diketahui keterkaitan antar faktor terlibat dengan fenomena aktual melibatkan generasi muda. Yakob, et al. (2021) menemukan bahwa literasi keuangan dapat memengaruhi *performance* UKM. Akses permodalan dapat didukung dengan kompetensi literasi keuangan, terutama pemanfaatan produk dan layanan keuangan. Tidak memadainya literasi keuangan dapat menyebabkan kesulitan keuangan bagi pelaku usaha (Dahmen & Rodríguez, 2014).

Istilah literasi, *knowledge*, kemampuan, serta edukasi keuangan sering dipertukarkan dalam literatur. Analisis terkait definisi, konsep, model pengembangan, dan hubungan antar faktor literasi keuangan telah diuraikan oleh banyak peneliti sehingga berbagai definisi konseptual yang berbeda terutama terkait pengaruhnya terhadap perkembangan yang mengarah pada

performance usaha masih banyak digunakan. Penelitian ini menggunakan konsep literasi keuangan dengan indikator *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *financial behavior* yang diperkuat oleh analisis Setiawati & Nurkhin (2017) terkait dimensi konstruk literasi keuangan dengan pengembangan yang direkomendasikan oleh Potrich et al. (2016), OECD (2013), dan Atkinson & Messy (2012). Penelitian sebelumnya terkait pengaruh literasi keuangan dengan ketiga indikator tersebut terhadap *performance* usaha digunakan sebagai landasan penelitian. Adapun penelitian yang dimaksud diantaranya yaitu, Fernandes (2015), Esiebugie, et al. (2018), Djuwita & Yusuf (2018), Menike (2019), Fitria, et al. (2021), Rusnawati, et al. (2022), dan Rachmawati, et al. (2022).

Hasil penelitian terkait pengaruh ketiga indikator literasi keuangan terhadap *performance* usaha juga masih mengalami inkonsistensi. Rusnawati, et al. (2022) dan Rachmawati, et al. (2022) menemukan bahwa ketiga indikator tersebut berkorelasi dan berpengaruh positif terhadap *performance* usaha. Namun, hasil yang bervariasi ditemukan pada penelitian Esiebugie, et al. (2018), Djuwita & Yusuf (2018), Menike (2019), dan Fitria, et al. (2021). Meskipun begitu, literasi keuangan yang diukur berdasarkan tiga komponen tersebut berkontribusi pada *performance* usaha (Fernandes, 2015).

Selain pentingnya literasi keuangan, Astungkara & Widayanti (2020) dan Putri & Suryanawa (2022) menemukan bahwa *love of money* memotivasi minat mahasiswa untuk mencapai kemapanan ekonomi melalui *entrepreneur*. Keinginan mandiri secara finansial serta berbagai aspirasi terhadap uang akan menjadikan pengelolaan usaha cenderung berorientasi pada manfaat secara finansial. *Love of money* diasumsikan sebagai *attitude toward money* di mana uang sebagai “*frame of reference*” menjadi sebuah motivasi seseorang untuk bekerja (Tang, 1992; Tang & Du, 2005).

Love of money yang biasa dipandang sebagai literatur psikologis diketahui berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan (Saputra, et al., 2018). Kajian *love of money* secara umum dikaitkan dengan *unethical behavior* serta fenomena psikologis lainnya sehingga literatur mengenai keterkaitan literasi keuangan dan *love of money* sangat terbatas. Sementara itu, Sohn, et al. (2012) menemukan bahwa literasi keuangan

berhubungan kuat dengan *money attitude*. Beberapa literatur juga menemukan pengaruh positif literasi keuangan dan *love of money* terhadap pengelolaan keuangan, yakni Fathurrahman, et al. (2020), 'Ulumudiniati & Asandimitra (2022), dan Widiawati (2020). Namun, Herawaty (2023) tidak menemukan pengaruh *love of money* terhadap pengelolaan dan *financial performance* UMKM. Begitu juga dengan Rohmaturohmania & Prajawati (2023) yang mengungkapkan bahwa *love of money* tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan.

Hubungan antar faktor literasi keuangan dan *love of money* yang memengaruhi *performance* usaha akan dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Pada teori ini, keyakinan menjadi penentu utama dalam kompleksitas *behavioral* seseorang. Intensi *behavior* ditentukan oleh *behavioral beliefs*, *normmative beliefs*, dan *control beliefs*. Peran *financial knowledge* sebagai latar belakang dalam konsep teori ini dipertegas kembali oleh Ajzen (2020) di mana *knowledge* sebagai faktor latar belakang secara tidak langsung dapat memberikan suatu informasi serta menjadi salah satu prasyarat penting untuk menilai kontrol aktual seseorang. *Performance* usaha berkaitan dengan *behavior* yang diperkuat oleh *norms*, *values*, dan *beliefs* (Hult, et al., 2004).

Young entrepreneur dengan literasi keuangan bersama *love of money* tercermin pada kemampuan pengelolaan dan pengambilan keputusan keuangan sehingga dapat mendorong terwujudnya kesejahteraan *online shop*. Berdasarkan fenomena, kesenjangan penelitian, dan berbagai literatur yang telah dipaparkan, penelitian ini berfokus pada literasi keuangan dengan menggunakan batasan berupa *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *financial behavior* bersama *love of money* sebagai moderator yang diduga akan memengaruhi *online shop performance* ditinjau berdasarkan perspektif *Theory of Planned Behavior*. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan literatur terkait literasi keuangan, *love of money*, dan *online shop performance*. Selain itu, *young entrepreneurs* diharapkan dapat menambah pemahaman akan pentingnya literasi keuangan dan *love of money* untuk meningkatkan keterampilan serta pengambilan keputusan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan melalui *financial performance*.

Permasalahan

1. Apakah *young entrepreneurs' financial knowledge* berpengaruh positif pada *online shop performance*?
2. Apakah *young entrepreneurs' financial attitude* berpengaruh positif pada *online shop performance*?
3. Apakah *young entrepreneurs' financial behavior* berpengaruh positif pada *online shop performance*?
4. Apakah *young entrepreneurs' financial knowledge* yang dimoderasi oleh *love of money* berpengaruh positif pada *online shop performance*?
5. Apakah *young entrepreneurs' financial attitude* yang dimoderasi oleh *love of money* berpengaruh positif pada *online shop performance*?
6. Apakah *young entrepreneurs' financial behavior* yang dimoderasi oleh *love of money* berpengaruh positif pada terhadap *online shop performance*?

Tujuan

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *young entrepreneurs' financial knowledge* terhadap *online shop performance*.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *young entrepreneurs' financial attitude* terhadap *online shop performance*.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *young entrepreneurs' financial behavior* terhadap *online shop performance*.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh *young entrepreneurs' financial knowledge* yang dimoderasi oleh *love of money* terhadap *online shop performance*.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh *young entrepreneurs' financial attitude* yang dimoderasi oleh *love of money* terhadap *online shop performance*.
6. Menguji dan menganalisis pengaruh *young entrepreneurs' financial behavior* yang dimoderasi oleh *love of money* berpengaruh positif terhadap *online shop performance*.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior dikembangkan oleh Ajzen (1991) dan memuat kerangka konseptual *behavior* di mana intensi *behavior* dibentuk oleh tiga faktor niat dan tindakan dengan keyakinan sebagai penentu utama. *Behavioral beliefs* memengaruhi

attitude toward behavior, *normatif beliefs* mendasari *subjective norms*, dan *control beliefs* menentukan *perceived behavioral control*. Kajian teoritis ini berkaitan dengan prediksi dan perubahan *behavior* di mana pengetahuan dalam arti informasi faktual tidak berperan langsung dalam teori ini (Ajzen, 2020). *Theory of Planned Behavior* mengakui bahwa faktor latar belakang dapat memberikan informasi penting mengenai kemungkinan yang mendahului keyakinan *behavior*, *normatif*, dan *control* di mana informasi tidak disediakan oleh teori itu sendiri.

Online Shop Performance

Berdasarkan panduan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK-EMKM) yang telah diterbitkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (2016), ketersediaan informasi posisi keuangan dan *financial performance* suatu usaha menjadi dasar pengambilan keputusan ekonomi. Informasi *financial performance* tersebut terdiri dari penghasilan (*income*) dan beban (*expense*). Informasi ini disajikan dalam laporan laba rugi selama periode pelaporan.

Literasi Keuangan

Berbagai analisis (definisi, konsep, dan pengukuran) literasi keuangan telah dikembangkan sehingga banyak perbedaan dalam memaknai literasi keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan adalah *knowledge*, keterampilan, serta keyakinan yang memengaruhi *attitude*, dan *behavior* seseorang terkait pengelolaan dan pengambilan keputusan untuk mewujudkan kesejahteraan keuangan. Selanjutnya, Setiawati & Nurkhin (2017) menganalisis dimensi konstruk literasi keuangan yang mengadopsi penelitian Potrich, et al. (2016) dengan pengembangan yang direkomendasikan oleh OECD (2013) berdasarkan analisis Atkinson and Messy (2012). Setiawati & Nurkhin (2017) menemukan bahwa dimensi *financial knowledge*, *attitude*, dan *behavior* mampu menjelaskan literasi keuangan.

Financial Knowledge

Financial knowledge oleh Atkinson & Messy (2012) dan OECD (2013) digambarkan sebagai pengetahuan dasar konsep keuangan. *Financial knowledge* sebagai bentuk dasar literasi keuangan dapat diperoleh dari pendidikan dan pengalaman serta memengaruhi

keterampilan keuangan (Menike, 2019). Indikator *financial knowledge* dalam penelitian ini meliputi pengetahuan dan pemahaman pemilik *online shop* terkait nilai waktu uang; inflasi; anggaran; aktivitas simpan dan pinjam; investasi; asuransi; produk, layanan, dan lembaga keuangan; serta laporan keuangan.

Financial Attitude

Financial attitude oleh Atkinson & Messy (2012) dan OECD (2013) digambarkan sebagai sikap terhadap uang berhubungan dengan perencanaan masa depan. *Financial attitude* merupakan ukuran opini dan penilaian keuangan yang merefleksikan prinsip keuangan (Johnson & Kornelsen, 2020). Dalam penelitian Fernandes (2015), *financial attitude* dimaksudkan sebagai persepsi pemilik usaha terkait penting dan perlunya sebuah tindakan untuk dilakukan. *Financial attitude* pelaku usaha dapat ditingkatkan melalui pengadaan informasi yang memadai (Eniola & Entebang, 2016). Indikator *financial attitude* dalam penelitian ini meliputi persepsi atau penilaian pemilik *online shop* terkait perlu atau pentingnya inflasi; anggaran; aktivitas simpan dan pinjam; investasi; asuransi; produk, layanan, dan lembaga keuangan; SAK-EMKM; serta laporan keuangan.

Financial Behavior

Financial behavior oleh Atkinson & Messy (2012) digambarkan sebagai cara seseorang melakukan perencanaan, pengelolaan, dan keputusan keuangan. Fernandes (2015) menyebutkan bahwa *financial behavior* berkaitan dengan kebiasaan analisis informasi keuangan. Lusardi & Mitchell (2013) menjelaskan bahwa *financial behavior* ditemukan sebagai penentu literasi keuangan dan Hung, et al., (2009) juga menemukan bahwa literasi keuangan konsisten memprediksi *financial behavior*. Indikator *financial behavior* dalam penelitian ini berupa tindakan pemilik *online shop* terkait pengelolaan keuangan yang meliputi inflasi; anggaran; aktivitas simpan dan pinjam; investasi; asuransi; produk, layanan, dan lembaga keuangan; serta laporan keuangan.

Love of Money

Uang dianggap sebagai ukuran nilai seseorang serta dipercaya berkaitan dengan *economic behavior*. Tang (1992) mengembangkan *Money Ethic Scale* melihat

dampak uang yang signifikan terhadap motivasi dan *behavior* berhubungan dengan pekerjaan dalam suatu organisasi. Tang & Chiu (2003) mengembangkan *Love of Money and Evil Scales* meliputi motivasi, kesuksesan, kepentingan, dan kekayaan.

Tang (2005) mengembangkan *money profiles* di mana manajer menggunakan uang untuk mempertahankan dan memotivasi karyawan guna mencapai tujuan perusahaan. Selanjutnya, Tang & Chen (2008) mendefinisikan *love of money* ke dalam beberapa makna yakni, sikap atau persepsi seseorang terhadap uang; makna yang dikaitkan dengan uang; serta nilai, harapan, atau aspirasi terhadap uang. Tang & Chen (2008) berpendapat bahwa *love of money* sebagai keinginan dan aspirasi terhadap uang berkaitan dengan *unethical behavior*. Indikator *love of money* dalam penelitian ini mengacu pada *Love of Money Scales (LOMS)* yang telah dikembangkan oleh Tang & Chiu (2003) yakni meliputi motivasi, kesuksesan, kepentingan, dan kekayaan. Persepsi pemilik *online shop* terkait uang sebagai motivasi usaha, faktor penting dalam menjalankan usaha, representasi pencapaian usaha, simbol kesuksesan usaha, dan kesenangan terkait usaha yang menghasilkan kekayaan digunakan sebagai adaptasi persepsi *love of money* dalam pengaruhnya terhadap *online shop performance*.

Kerangka Pemikiran

Literasi keuangan memberikan pemahaman dan evaluasi informasi pada pengambilan keputusan melalui pengelolaan keuangan. Kemampuan *financial knowledge*, *attitude*, dan *behavior* yang saling berkorelasi harusnya mengarah pada pengelolalan dan pengambilan keputusan yang mendorong kesejahteraan keuangan. Uang menjadi salah satu faktor untuk mencapai tujuan sehingga kerja keras akan dilakukan untuk mendapatkan lebih banyak uang. *Love of money* memotivasi generasi muda untuk mencapai kemapanan materi melalui *entrepreneur* (Astungkara & Widayanti, 2020; Putri & Suryanawa, 2022). Selain itu, terdapat hubungan positif antara *money attitude* dan literasi keuangan yang dimiliki generasi muda (Sohn, et al., 2012).

Research Hypothesis

Pengambilan keputusan dalam mengelola keuangan harus rasional dan

berdasarkan informasi yang tepat. *Financial knowledge* yang memadai akan mendukung pengambilan keputusan yang bertujuan untuk mencapai *online shop performance*. Hasil penelitian Esiebugie, et al. (2018), Menike (2019), Rusnawati, et al. (2022), dan Rachmawati, et al. (2022) menunjukkan korelasi positif antara *financial knowledge* dan *performance* UKM.

H1: *Young entrepreneur's financial knowledge* berpengaruh positif terhadap *online shop performance*.

Financial attitude sebagai orientasi keuangan menunjukkan kesediaan individu dalam meningkatkan *knowledge* dan keterampilan keuangan (Esiebugie, et al., 2018). Hasil penelitian Esiebugie, et al. (2018), Fitriya, et al. (2021), Rusnawati, et al. (2022), dan Rachmawati, et al. (2022) menunjukkan bahwa *financial attitude* berpengaruh positif pada *performance* UMKM. Esiebugie, et al. (2018) memahami bahwa pelaku usaha yang sukses adalah mereka yang berorientasi pada masa depan dalam menetapkan target keuangan.

H2: *Young entrepreneurs' financial attitude* berpengaruh positif terhadap *online shop performance*.

Financial behavior yang tercermin dalam proses pengambilan keputusan memainkan peran penting sebagai perspektif praktikal dalam meningkatkan *performance* UKM (Rachmawati, et al., 2022). Pada analisis Esiebugie, et al. (2018), Djuwita & Yusuf (2018), Menike (2019), Rusnawati, et al. (2022), dan Rachmawati, et al. (2022), *financial behavior* memengaruhi perkembangan UKM secara positif dan signifikan. *Financial behavior* yang tidak memadai berpotensi pada buruknya masa depan *online shop*.

H3: *Young entrepreneurs' financial behavior* berpengaruh positif terhadap *online shop performance*.

Uang dikenal sebagai kerangka acuan dan makna uang bergantung pada cara masing-masing individu melihatnya (Tang, et al., 2004). Persepsi terhadap uang berperan penting dalam meningkatkan motivasi untuk memperoleh *financial knowledge* (Sohn, et al., 2012). Persepsi ini akan semakin memperkuat acuan *young entrepreneur* untuk meningkatkan dan menggunakan informasi *financial knowledge* yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha *online shop*.

H4: *Young entrepreneur's financial knowledge* dimoderasi *love of money* berpengaruh positif terhadap *online shop performance*.

Uang diakui sebagai representasi emosional (simbol). Perasaan positif dan negatif terhadap keberadaan uang dapat memengaruhi kesediaan untuk meningkatkan *financial knowledge* (Sohn, et al., 2012). *Financial attitude* disertai dengan *love of money* sebagai persepsi terhadap uang akan menjadikan *young entrepreneur* semakin terarah di mana Burges (2005) menyatakan bahwa *money attitude* berkaitan dengan *self-direction* (Sohn, et al., 2012). Selain itu, pengelolaan keuangan *young entrepreneur* akan semakin terorientasi sehingga dapat meningkatkan daya saing dan mendorong *online shop performance*.

H5: *Young entrepreneurs' financial attitude* dimoderasi *love of money* berpengaruh positif terhadap *online shop performance*.

Uang merupakan faktor penting yang memotivasi tenaga kerja dan berdampak signifikan pada *behavior, performance*, dan keefektifan suatu organisasi (Tang & Gilbert, 1995). Uang mendorong *behavior* yang memaksa produktivitas *young entrepreneur* dalam menjalankan *online shop*. Sohn, et al. (2012) menyimpulkan bahwa seseorang yang memiliki *attitude toward money* yang positif akan aktif mencari *knowledge* tentang pengelolaan keuangan sebagai cara untuk meningkatkan keterampilan keuangan.

H6: *Young entrepreneurs' financial behavior* dimoderasi *love of money* berpengaruh positif terhadap *online shop performance*.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yakni melibatkan penggunaan data numerik dalam pengumpulan, pengolahan, dan analisis data serta disajikan menggunakan prosedur statistik (Sujarweni, 2016: 2). Analisis penelitian berdasarkan statistik deskriptif menghasilkan inferensi dari sekumpulan data melalui uji hipotesis terhadap variabel independen, yakni *Financial Knowledge (FK)*, *Financial Attitude (FA)*, dan *Financial Behavior (FB)*; variabel moderasi, yakni *Love of Money (LOM)*; serta *Online Shop Performance (OSP)* sebagai variabel dependen dengan alat bantu aplikasi IBM SPSS 26.

Populasi penelitian ini yaitu *young entrepreneurs* yang mengoperasikan *online shop* dengan usia 15-34 tahun sebanyak 132.302 pelaku usaha (28,27% dari total pelaku *e-commerce* di Jawa Timur). Teknik sampling dalam penelitian ini berupa *non probability sampling (purposive sampling)*. Berikut jumlah sampel penelitian yang ditetapkan menggunakan rumus Slovin:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+(N \times E^2)} \\ &= \frac{132.302}{1+(132.302 \times 0,10^2)} \\ &= 99,92 \text{ atau } 100 \end{aligned}$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel
N = Populasi
E = Tingkat error

Kriteria sampel penelitian yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Kriteria Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel Penelitian
1	Pemilik/pelaku <i>online shop</i> adalah generasi Z dan Milenial (15-34 tahun).
2	<i>Young entrepreneur</i> menggunakan media sosial, aplikasi, atau <i>website</i> sebagai media operasional.
3	<i>Young entrepreneur</i> berdomisili atau menjalankan usaha di wilayah Jawa Timur.

Sumber: Penulis, 2023

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diperoleh dari penyebaran survei *online (google form)*. Pengukuran dilakukan berdasarkan pilihan pernyataan untuk menilai tanggapan responden dengan pilihan kategori genap skala Likert 4 poin yang terdiri dari (1) Sangat Tidak Setuju (STS), (2) Tidak Setuju (TS), (3) Setuju (S), dan (4) Sangat Setuju (SS). Data dalam penelitian ini dikonversi menjadi data interval melalui *Method of Successive Interval (MSI)* (Kusmaryono, et al., 2022).

Sebelum kuisioner dibagikan, *pilot test* dilakukan kepada sejumlah mahasiswa secara acak guna mengetahui tingkat kemudahan kuisioner. Selanjutnya, kuisioner yang terkumpul akan dilakukan pengolahan data dengan proses sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif
2. Uji Instrumen

- a. Uji Validitas
- b. Uji Realibilitas
3. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas
 - b. Uji Linearitas
 - c. Uji Multikolinearitas
 - d. Uji Heterokedasdisitas
4. Uji Hipotesis
 - a. Analisis Regresi Linear Berganda
 - b. Uji F (Simultan)
 - c. Uji t (Parsial)
 - d. Analisis Regresi Moderasi
5. Koefisien Determinasi (R^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Min.	Max.	Mean	Std. Dev.	Var.
FK	100	1.625	4.000	3.12375	.429902	185
FA	100	1.625	4.000	3.35625	.409165	167
FB	100	1.250	4.000	3.01875	.487008	237
LOM	100	1.400	4.000	3.47000	.500000	250
OSP	100	1.500	4.000	3.21750	.513277	263
N	100					

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan tabel statistik deskriptif, distribusi data penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. *Financial Knowledge (FK)* memiliki nilai minimum 1,62; maksimum 4,00; rata-rata 3,12; dan standar deviasi 0,42. Nilai rata-rata FK tergolong sangat baik karena nilai rata-rata lebih condong mendekati nilai maksimum.
- b. *Financial Attitude (FA)* memiliki nilai minimum 1,62; maksimum 4,00; rata-rata 3,35; dan standar deviasi 0,40. Nilai rata-rata FA tergolong sangat baik karena nilai rata-rata lebih condong mendekati nilai maksimum.
- c. *Financial Behavior (FB)* memiliki nilai minimum 1,25; maksimum 4,00; rata-rata 3,01; dan standar deviasi 0,48. Nilai rata-rata FB tergolong sangat baik karena nilai rata-rata lebih condong mendekati nilai maksimum.
- d. *Love of Money (LOM)* memiliki nilai minimum 1,40; maksimum 4,00; rata-rata 3,47; dan standar deviasi 0,50. Nilai rata-rata LOM tergolong sangat baik karena nilai rata-rata lebih condong mendekati nilai maksimum.
- e. *Online Shop Performance (OSP)* memiliki nilai minimum 1,50;

maksimum 4,00; rata-rata 3,21; dan standar deviasi 0,51. Nilai rata-rata OSP tergolong sangat baik karena nilai rata-rata lebih condong mendekati nilai maksimum.

2. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Setiap indikator kuisioner penelitian memiliki nilai r hitung > nilai r tabel sebesar 0,1966. Setiap indikator tersebut juga memiliki nilai signifikansi 0,000 di mana nilai Sig. < 0,05. Setiap item kuisioner dalam penelitian ini memenuhi kriteria uji validitas sehingga dinyatakan valid atau layak untuk pengambilan data penelitian.

b. Uji Realibilitas

Setiap indikator kuisioner penelitian memiliki nilai *Cranbach's Alpha* > 0,70. Setiap item kuisioner dalam penelitian ini memenuhi kriteria uji reliabilitas sehingga dinyatakan reliabel atau andal untuk pengambilan data penelitian.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Seluruh data penelitian ini memiliki nilai signifikansi sebesar 0,108 di mana nilai Sig. > 0,05. Data dalam penelitian ini memenuhi kriteria uji normalitas sehingga dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Hanya *Financial Knowledge (FK)* yang memiliki model linear terhadap *Online Shop Performance (OSP)* dengan nilai signifikansi *dev. from linearity* sebesar 0,349 di mana nilai Sig. > 0,05 sedangkan semua variabel lainnya memiliki signifikansi *linearity* sebesar 0,000 di mana Sig. < 0,05. Meskipun *dev. from linearity* tidak menunjukkan hubungan linear, nilai *linearity* yang signifikan mengimplikasikan bahwa seluruh data variabel dalam penelitian ini dapat diasumsikan linear.

c. Uji Multikolinearitas

Variabel independen pada penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* > 0,01 dan *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10. Seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria uji

multikolinearitas atau tidak terjadi multikolinearitas

d. Uji Heterokedasdisitas

Variabel independen pada penelitian ini memiliki nilai Sig. > 0,05. Seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria uji heterokedasdisitas atau tidak terjadi heterokedasdisitas.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Regresi Linear Berganda

Model	Unstandard . B	Co. Std. Error	Standard . Co. B.	t	Sig.
1 (Constant)	2,663	1,648		1,616	0,109
FK (X1)	0,081	0,077	0,130	1,047	0,298
FA (X2)	0,128	0,081	0,209	1,574	0,119
FB (X3)	0,170	0,069	0,271	2,459	0,016

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji di atas, persamaan regresi yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$OSP = \alpha + \beta_1FK + \beta_2FA + \beta_3FB + \epsilon$$

$$= 2,633 + 0,081FK + 0,128FA + 0,170FB + e$$

Keterangan:

OSP = Online Shop Performance

α = Konstanta

$\beta X_1.. \beta X_3$ = Koefisien regresi

FK = Financial Knowledge

FA = Financial Attitude

FB = Financial Behavior

Berikut penjelasan persamaan analisis regresi linear berganda yang telah dihasilkan:

- 1) Nilai konstanta (α) atau bilangan tetap di mana jika variabel independen bernilai 0, maka variabel dependen bernilai sebesar 2,633.
- 2) Nilai koefisien regresi *Financial Knowledge (FK)* bernilai positif sebesar 0,081. Setiap terdapat *FK* sebesar 1, maka akan meningkatkan *OSP* sebesar 0,081.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel *Financial Attitude (FA)* bernilai positif sebesar 0,128. Setiap terdapat *FA* sebesar 1, maka akan meningkatkan *OSP* sebesar 0,128.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel *Financial Behavior (FB)* bernilai positif sebesar 0,170. Setiap terdapat

FB sebesar 1 maka akan meningkatkan *OSP* sebesar 0,170.

b. Uji F (Simultan)

Tabel 4. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	195,410	3	65,137	12,232	0,000 ^b
Residual	511,217	96	5,325		
Total	706,628	99			

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji F, secara simultan variabel independen memiliki nilai signifikansi 0,00 di mana nilai Sig. < 0,05. Secara simultan terdapat pengaruh antar seluruh variabel independen, yakni *Financial Knowledge (FK)*, *Financial Attitude (FA)*, dan *Financial Behavior (FB)* terhadap *online shop performance (OSP)*.

c. Uji t (Parsial)

Tabel 5. Uji t

Model	Unstandard . B	Co. Std. Error	Standard. Co. B.	t	Sig.
1 (Constant)	2,663	1,648		1,616	0,109
FK (X1)	0,081	0,077	0,130	1,047	0,298
FA (X2)	0,128	0,081	0,209	1,574	0,119
FB (X3)	0,170	0,069	0,271	2,459	0,016

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji T, *Financial Knowledge (FK)* memiliki nilai signifikansi 0,298, *Financial Attitude (FA)* memiliki nilai signifikansi 0,119, dan *Financial Behavior (FB)* memiliki nilai signifikansi 0,016. *FK* dan *FA* memiliki nilai Sig. > 0,05 sehingga kedua variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap *Online Shop Performance (OSP)*. Sementara itu, *FB* memiliki nilai Sig. < 0,05 sehingga variabel tersebut berpengaruh terhadap *Online Shop Performance (OSP)*. Secara parsial hanya variabel *Financial Behavior (FB)* yang berpengaruh terhadap *Online Shop Performance (OSP)*.

d. Analisis Regresi Moderasi
Tabel 6. Regresi I

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	195,410	3	65,137	12,232	0,000 ^b
Residual	511,217	96	5,325		
Total	706,628	99			

Model	Unstandard. B	Coefficients Std. Error	Standard. Coefficients B.	T	Sig.
1 (Constant)	2,663	1,648		1,616	0,109
FK (X1)	0,081	0,077	0,130	1,047	0,298
FA (X2)	0,128	0,081	0,209	1,574	0,119
FB (X3)	0,170	0,069	0,271	2,459	0,016

Sumber: Data Olahan, 2023

Tabel 7. Regresi II

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	196,913	3	49,228	9,175	0,000 ^b
Residual	509,715	95	5,365		
Total	706,628	99			

Model	Unstandard. B	Coefficients Std. Error	Standard. Coefficients B.	T	Sig.
1 (Constant)	2,235	1,841		1,214	0,228
FK (X1)	0,071	0,080	0,115	0,895	0,373
FA (X2)	0,122	0,082	0,199	1,486	0,141
FB (X3)	0,174	0,070	0,278	2,499	0,014
LOM (Z)	0,042	0,079	0,050	0,529	0,598

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi simultan memiliki nilai F hitung sebesar 9,175 dengan signifikansi 0,000 di mana nilai Sig. < 0,05 sehingga variabel independen dan moderasi secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel *Financial Knowledge (FK)* memiliki nilai signifikansi 0,373; variabel *Financial Attitude (FA)* memiliki nilai signifikansi 0,141; dan variabel *Financial Behavior (FB)* memiliki nilai signifikansi 0,014. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Love of Money (LOM)* hanya mampu memoderasi pengaruh variabel *Financial Behavior (FB)* terhadap *Online Shop Performance (OSP)*.

5. Koefesien Determinasi

Tabel 8 Koefesien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,526	0,277	0,254	2,307635

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan tabel hasil koefisien determinasi, nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,254. Pengaruh *Financial Knowledge (FK)*, *Financial Attitude (FA)*, dan *Financial Behavior (FB)* terhadap *Online Shop Performance (OSP)* adalah sebesar 25,4%. Variabel independen hanya memiliki kontribusi sebesar 25,4% di mana 74,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh *young entrepreneur's financial knowledge* terhadap *online shop performance*.

Financial Knowledge (FK) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Online Shop Performance (OSP)*. Nilai signifikansi FK sebesar 0,298 di mana nilai Sig. > 0,05 sehingga H1 ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian Djuwita & Yusuf (2018) dan Fitria, et al. (2021) di mana FK pelaku UMKM tidak berpengaruh signifikan terhadap *performance* UMKM.

Tingkat FK responden sangat baik, yakni mengetahui inflasi, anggaran, simpan pinjam, dan informasi laporan keuangan. FK sebagian responden terhadap masalah keuangan pribadi masih kurang, meliputi nilai waktu uang, investasi dan asuransi, serta lembaga keuangan. Namun, keterlibatan responden pada pelatihan keuangan sangat rendah, yakni 20%. Pengalaman pelatihan keuangan berkontribusi pada peningkatan FK. Responden dengan usia muda tentu menjadikan pendidikan sebagai prioritas sehingga waktu untuk meningkatkan informasi keuangan cenderung terbatas, diketahui pengelolaan usaha dilakukan secara mandiri sebanyak 73%.

Rata-rata responden berusia di bawah 20 tahun dan antara 21-25 tahun. Pengambilan keputusan dapat berdasarkan informasi dari pengalaman di mana usia yang muda cenderung memiliki lebih sedikit pengalaman. Usia dan pelatihan keuangan

memengaruhi FK dan edukasi dan pengalaman keuangan memengaruhi literasi keuangan (Luksander, et al., 2014); Herliani, et al., 2020).

Ajzen (2020) menegaskan bahwa *knowledge* tidak berperan langsung dalam TPB. *Behavior* dapat memberikan timbal balik sehingga meningkatkan peran *knowledge* terhadap intensi *behavior*. Sebanyak 58% responden menjalankan usaha ≤ 1 tahun sehingga pengalaman kerja sebagai *behavior* kurang memberikan timbal balik yang besar. FK sendiri belum mampu mendukung *financial well-being* sehingga tidak menjamin peningkatan OSP.

2. Pengaruh *young entrepreneurs' financial attitude* terhadap *online shop performance*.

Financial Attitude (FA) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Online Shop Performance (OSP)*. Nilai signifikansi FA terhadap OSP sebesar 0,119 di mana nilai Sig. $> 0,05$ sehingga H2 ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian Djuwita & Yusuf (2018) dan Menike (2019) di mana FA tidak memiliki hubungan signifikan terhadap *performance* UKM.

Tingkat FA responden sangat baik yakni, memahami pentingnya inflasi, anggaran, aktivitas simpan-pinjam, investasi, asuransi, lembaga keuangan, serta laporan keuangan. Persepsi responden terkait pentingnya penetapan tujuan jangka pendek dan panjang merupakan bentuk orientasi pada masa depan. Namun, rendahnya keterlibatan pada pelatihan keuangan menunjukkan orientasi peningkatan FA yang belum maksimal. Literasi keuangan dapat didorong melalui FA dalam hal keinginan risiko, pelatihan, dan orientasi waktu (Esiebugie, et al., (2018). Seseorang yang terliterasi keuangan memiliki intensi untuk berpartisipasi dalam aktivitas keuangan.

Penjelasan ini tidak sesuai dengan TPB di mana FA sebagai *attitude toward behavior* memungkinkan prediksi perilaku. *Behavior* ditentukan oleh keyakinan yang tidak hanya didukung oleh *behavioral beliefs*, melainkan juga dengan *normatif beliefs* dan *control beliefs*. Fernandes (2015) mengamati bahwa pemilik usaha memiliki FA yang baik namun dalam praktiknya tidak diikuti oleh *behavior* yang sesuai. FA sendiri belum mampu mendukung *financial*

well-being sehingga tidak menjamin peningkatan OSP.

3. Pengaruh *young entrepreneurs' financial behavior* terhadap *online shop performance*.

Financial Behavior (FB) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Online Shop Performance (OSP)*. Nilai signifikansi FA terhadap OSP sebesar 0,016 di mana nilai Sig. $< 0,05$ sehingga H3 diterima. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian Djuwita & Yusuf (2018), Menike (2019), Rusnawati, et al. (2022), dan Rachmawati, et al. 2022) di mana FB menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *performance* UMKM.

Tingkat FB responden sangat baik, yakni membuat dan menggunakan laporan keuangan, terutama melakukan pencatatan setiap transaksi keuangan usaha. Responden juga mempertimbangkan inflasi, menganggarkan keuangan, dan memiliki tabungan. Sebagian responden tidak melakukan investasi atau memiliki rekening investasi, asuransi usaha, serta memanfaatkan produk dan layanan keuangan seperti rekening usaha. Goyal & Kumar (2020) berpendapat bahwa FB diakui sebagai puncak literasi keuangan dan dipengaruhi oleh banyak faktor. FB yang diimbangi dengan FK dan FA dapat berkontribusi dalam *behavior* yang meningkatkan *financial well-being*.

Ajzen (2020) menyebutkan terkait keterbukaan dan potensi penambahan faktor dalam TPB, salah satunya adalah *past behavior* sebagai faktor yang paling sering diusulkan. FB terkait pengelolaan dan pengambilan keputusan keuangan dapat memengaruhi OSP yang berkaitan dengan *behavior*. Dalam penelitian ini, FB memiliki pengaruh yang paling signifikan dibandingkan faktor lainnya.

4. Pengaruh *young entrepreneurs' financial knowledge* dimoderasi *love of money* terhadap *online shop performance*.

Financial Knowledge (FK) dimoderasi oleh *Love of Money (LOM)* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Online Shop Performance (OSP)*. Nilai signifikansi FK dimoderasi oleh LOM terhadap OSP sebesar 0,373 di mana nilai Sig. $> 0,05$ sehingga H4 ditolak. Hasil analisis ini didukung dengan penelitian

Herawaty (2023) dimana LOM tidak memengaruhi pengelolaan keuangan dan *performance* UMKM serta Rohmaturohmania & Prajawati (2023) di mana LOM tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan.

Tingkat LOM responden sangat tinggi, yakni menganggap uang sebagai faktor penting, merepresentasikan pencapaian, simbol kesuksesan, memotivasi untuk memperoleh penghasilan, serta senang jika memiliki banyak uang. LOM diasumsikan sebagai *frame of reference* yang memotivasi seseorang untuk bekerja (Tang, 1992; Tang & Du, 2005). Sejauh ini LOM memotivasi minat mahasiswa untuk mencapai kemapanan ekonomi melalui kegiatan *entrepreneur* (Astungkara & Widayanti, 2020; Putri & Suryanawa, 2022).

Rata-rata responden masih menempuh pendidikan dengan usia di bawah 20 tahun dan 21-25 tahun. Generasi muda mulai memahami keuangan mereka pada usia 18-25 tahun dimana terjadi transisi periode *parental management* menuju *personal management* (Rohmaturohmania & Prajawati, 2023). Berbagai studi telah menjelaskan bahwa kondisi sosial dan ekonomi dapat memengaruhi literasi keuangan.

Persepsi pada keberadaan uang berkaitan dengan *self-direction* dapat memengaruhi kesediaan untuk meningkatkan FK (Sohn, et al., 2012). Sementara itu, FK tidak berperan langsung dalam TPB sehingga pencapaian OSP juga didukung oleh *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Meskipun FK dan LOM dapat diterapkan pada berbagai aktivitas keuangan, *financial well-being* dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya. Dengan demikian, FK disertai dengan LOM masih belum mampu untuk menjamin peningkatan OSP.

5. Pengaruh *young entrepreneurs' financial attitude* dimoderasi *love of money* terhadap *online shop performance*.

Financial Attitude (FA) dimoderasi oleh *Love of Money (LOM)* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Online Shop Performance (OSP)*. Nilai signifikansi FA terhadap OSP sebesar 0,141

dimana nilai Sig. > 0,05 sehingga H5 ditolak. Hasil analisis ini didukung dengan penelitian Herawaty (2023) dimana LOM tidak memengaruhi pengelolaan keuangan dan *performance* UMKM serta Rohmaturohmania & Prajawati (2023) di mana LOM tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan.

Rata-rata responden berusia muda dan masih menempuh pendidikan sehingga dalam menjalankan usaha diperlukan pembagian fokus yang ekstra. Sebanyak 73% responden mengelola usaha sendiri dan sebagian besar belum pernah melakukan pelatihan keuangan. Tingkat LOM responden sangat tinggi, di mana LOM sebagai *frame of reference* berdampak pada berbagai kegiatan yang berkaitan dengan *attitude* dan *behavior* (Luna-Arocas & Tang (2004). Responden merasa puas akan *performance* usaha yang telah dilalui dimana 15 dari 22 responden telah mengelola usahanya sendiri selama lebih dari tiga tahun. Penambahan tenaga kerja berpotensi mengeluarkan banyak biaya sehingga satu orang dianggap cukup untuk mengelola usaha. Saputra, et al. (2018) menyatakan bahwa LOM yang berlebihan dapat memunculkan skeptisme penggunaan uang, banyak pelaku usaha yang menyangkal uangnya baik untuk merekrut karyawan, tenaga profesional, ataupun memberikan pelatihan akuntansi.

Persepsi pada keberadaan uang berkaitan dengan *self-direction* dapat memengaruhi kesediaan untuk meningkatkan FK (Sohn, et al., 2012). Sementara itu, FA tidak selalu diikuti dengan *actual financial behavior* sehingga pencapaian OSP juga dipengaruhi oleh intensi dan *behavioral control* yang didukung oleh *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Responden memerlukan *self-control* dan *self-direction* yang baik sehingga FA dapat disertai dengan pengoptimalan LOM sehingga dapat mengarah pada peningkatan dalam pelatihan keuangan dan *financial well-being*. Dengan demikian, FA disertai dengan LOM masih belum mampu untuk menjamin peningkatan OSP.

6. Pengaruh *young entrepreneurs' financial behavior* dimoderasi *love of money* terhadap *online shop performance*.

Financial Behavior (FB) dimoderasi oleh *Love of Money (LOM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Online Shop Performance (OSP)*. Nilai signifikansi FB terhadap OSP sebesar 0,014 dimana nilai Sig. < 0,05 sehingga H6 diterima. Hasil analisis ini didukung dengan penelitian Saputra, et al. (2018) dimana LOM berpengaruh positif pada pengelolaan keuangan. Selain itu, Fathurrahman, et al. (2020), Widiawati (2020), dan 'Ulumudiniati & Asandimitra (2022) menemukan pengaruh positif literasi keuangan dan LOM terhadap pengelolaan keuangan.

Tingkat LOM responden sangat tinggi, di mana rata-rata responden masih menempuh pendidikan terutama pada tingkat S1/D4/D3 yang memiliki berbagai latar belakang bidang keahlian. Meskipun tidak familiar dengan ilmu bisnis atau ekonomi, responden telah meningkatkan keterampilan berwirausaha di mana sebanyak 60% responden sudah menjalankan usaha lebih dari satu tahun. Selain itu, penggunaan media sosial dan *e-commerce* oleh 64% responden dapat meningkatkan peluang pengelolaan usaha yang efektif karena terdapat potensi relasi pada media sosial dan fitur pengelolaan data keuangan pada aplikasi *e-commerce* sehingga dapat memengaruhi OSP.

Meskipun hanya 20% responden yang pernah berpartisipasi dalam pelatihan keuangan, mereka dapat memanfaatkan FK dengan FA untuk diterapkan dalam aktivitas pengelolaan keuangan. Selain membuat laporan keuangan, responden juga mempertimbangkan inflasi, menganggarkan keuangan, dan memiliki tabungan. Adanya tingkat LOM yang tinggi juga dapat meningkatkan *self-direction* untuk berusaha melakukan FB yang mendorong *financial well-being*.

TPB menyebutkan kepercayaan dapat mendorong intensi dan *actual behavioral control*. FB yang didukung oleh FK yang secara tidak langsung berperan dalam TPB dan FA yang baik disertai LOM yang tinggi sebagai *attitude toward behavior* dapat memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap OSP.

Pengambilan keputusan penting untuk menentukan *performance* usaha dan dicerminkan oleh FB pada kemampuan memanfaatkan informasi keuangan. Keputusan keuangan yang baik akan menentukan OSP sehingga FB adalah faktor penting yang dapat memengaruhi *performance* usaha. Dalam penelitian ini, LOM mampu memoderasi pengaruh FB terhadap OSP dengan nilai yang paling signifikan dibandingkan faktor lainnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan informasi penting mengenai pengaruh literasi keuangan *young entrepreneur* terhadap *online shop performance* melalui *financial knowledge, attitude, dan behavior*. *Young entrepreneur* memiliki tingkat literasi keuangan yang sangat baik, namun hanya *financial behavior* yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *online shop performance*. Hasil ini sesuai dengan penelitian Djuwita & Yusuf (2018) dimana hanya *financial behavior* yang berkontribusi terhadap perkembangan usaha. Selain itu, penelitian ini berhasil menunjukkan peran moderasi *love of money* terkait pengaruh *financial behavior* terhadap *online shop performance*. *Young entrepreneur* yang terliterasi keuangan cenderung menunjukkan *financial knowledge, attitude, dan behavior* yang baik disertai persepsi *love of money* yang mengarah pada *behavior* untuk mendukung pencapaian *online shop performance*.

KETERBATASAN

Hasil penelitian ini masih memerlukan kajian lebih dalam dimana penggunaan *Theory of Planned Behavior* mengalami penyesuaian dan perluasan yang sebelumnya telah banyak memunculkan diskusi literatur. Peran *past behavior* dan pengaruhnya terhadap *online shop performance* serta hubungan literasi keuangan dan *love of money* dalam penelitian ini masih perlu diteliti lebih lanjut. Selain itu, peran *love of money* sebagai variabel moderasi masih memerlukan banyak observasi meninjau literatur sebagai referensi atas masalah tersebut sangatlah terbatas. Saran lain yang dapat dipertimbangkan adalah kolaborasi *Theory of Planned Behavior* dengan teori lainnya, perluasan lokasi penelitian, serta penambahan variabel dependen seperti inklusi keuangan mengingat Otoritas Jasa Keuangan selalu menyelenggarakan Survei Nasional Literasi

dan Inklusi Keuangan sehingga penelitian selanjutnya berpotensi dapat dilakukan secara masif.

REFERENSI

- 2005, G. T., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429-428. doi:10.1016/j.indmarman.2003.08.015
- ‘Ulumudiniati, M., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus Of Control, Parental Income, dan Love Of Money terhadap Financial Management Behavior: Lifestyle sebagai Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 51-67.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior & Emerg Technology*, 2, 314-324. doi:10.1002/hbe2.195
- Astungkara, A., & Widayanti, R. (2020). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dan Love Of Money Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 20(2), 257-265. doi:http://dx.doi.org/10.29040/jap.v20i2.725
- Atkinson, A., & Messy, F.-A. (2012). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private*. doi:https://dx.doi.org/10.1787/5k9cfsf90fr4-en
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik E-Commerce 2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Dipetik Maret 10, 2023, dari https://www.bps.go.id/publication/2022/12/19/d215899e13b89e516caa7a44/statistik-e-commerce-2022.html
- Dahmen, P., & Rodríguez, E. (2014). Financial Literacy and the Success of Small. *Numeracy*, 7(1), 1-12. doi:http://dx.doi.org/10.5038/1936-4660.7.1.3
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal*, 10(1), 105-127. doi:10.24235/amwal.v10i1.2837
- Du, L., & Tang, T. L.-P. (2005). Measurement Invariance Across Gender and Major: The Love of Money Among University Students in People’s Republic of China. *Journal of Business Ethics*, 59, 281-293. doi:10.1007/s10551-004-6395-4
- Eniola, A. A., & Entebang, H. (2016). Financial literacy and SME firm performance. *International Journal of Research Studies in Management*, 5(1), 31-43. doi:10.5861/ijrsm.2015.1304
- Esiebugie, U., Richard, A. T., & Emmanuel, A. L. (2018). FINANCIAL LITERACY AND PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM SCALE ENTERPRISES IN BENUE STATE, NIGERIA. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 2(4), 65-79.
- Fathurrahman, I., Ichi, & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Love Of Money, dan Pengetahuan Laporan Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Umkm di Wilayah Kabupaten Subang. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 2(1), 41-66.
- Fernandes, T. I. (2015). Financial Literacy Levels of Small Businesses Owners and it Correlation with Firms’ Operating Performance”. *Dissertation*.
- Fitria, I., Soejono, F., & Tyra, M. J. (2021). Literasi keuangan, sikap keuangan dan perilaku keuangan dan kinerja UMKM. *Journal of Business and Banking*, 11(1), 1-15. doi:10.14414/jbb.v11i1.2496
- Goyal, K., & Kumar, S. (2020). Financial literacy: A systematic review and bibliometric analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 45, 80-105. doi:10.1111/ijcs.12605
- Herawaty, N. (2023). Is Financial Management Mediating the Role of Love of Money and Human Resources Competence in Explaining MSMEs' Performance? *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah. dan Audit*, 10(1), 1-12. doi:10.12928/jreksa.v10i1.7392
- Herliani, R., Zainal, A., & Thohiri, R. (2020). Factors Affecting Financial Literacy

- among Undergraduate Students of Accounting Education in the Faculty of Economics of Universitas Negeri Medan. *Proceedings of the 1st Unimed International Conference on Economics Education and Social Science (UNICEES 2018)* (pp. 120-126). Medan: Unimed International Conference on Economics Education and Social Science. doi:10.5220/0009496401200126
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2016). *Exposure Draft Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan. Retrieved Juni 17, 2023
- Johnson, C., & Kornelsen, C. (2021). Financial Values, Attitudes and Goals. *NDSU EXTENSION*, 1-4. Retrieved from www.ndsu.edu/extension
- Katadata. (2021, Desember 17). *Jumlah E-Commerce di Jawa Barat Terbanyak Nasional*. Retrieved 4 3, 2023, from katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/17/jumlah-e-commerce-di-jawa-barat-terbanyak-nasional>
- Kusmaryono, I., Wijayanti, D., & Maharani, H. (2022). Number of Response Options, Reliability, Validity, and Potential Bias in the Use of the Likert Scale Education and Social Science Research: A Literature Review. *International Journal of Education Methodology*, 8(4), 625-637. doi:<https://doi.org/10.12973/ijem.8.4.625>
- Luksander, A., Béres, D., Huzdik, K., & Németh, E. (2014). Analysis of the Factors that Influence the Financial Literacy of Young People Studying in Higher Education. *Public Finance Quarterly*, 2, 240-241.
- Menike, L. (2019). Effect of Financial Literacy on Firm Performance of Small and Medium Enterprises in Sri Lanka. *Department of Accountancy and Finance, Faculty of Management Studies, Sabaragamuwa University of Sri Lanka*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved April 8, 2023
- Potrich, A. C., Vieira, K. M., & Mendes-Da-Silva, W. (2016). Development of a financial literacy model for university students. *Management Research Review*, 39(3), 356-376. doi:<https://doi.org/10.1108/MRR-06-2014-0143>
- Prajawati, M. I., & Rohmaturohmania, R. F. (2023). Financial Literacy and Parental on the Personal Financial Management of Students with Love of Money as a Moderating Variable. *Management and Economics Journal*, 7(2), 181-194. doi:10.18860/mec-j.v7i2.17999
- Putri, N. P., & Suryanawa, I. K. (2022). Love of Money, Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Mahasiswa Akuntansi Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(9), 2736-2747. doi:10.24843/EJA.2022.v32.i09.p08
- Rachmawati, R., Ardiansari, A., & Kriswanto, H. D. (2022). FINANCIAL LITERACY AND ITS EFFECT ON BUSINESS PERFORMANCE OF STUDENT-DRIVEN ENTREPRENEURSHIP IN THE COVID 19 PANDEMIC. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(3), 378-386. doi:<http://dx.doi.org/10.17358/IJBE.8.3.378>
- Rusnawati, R., R., & Saharuddin. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Makassar. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 253-261. doi:<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2084>
- Saputra, K. A., Ekajayanti, L. S., & Anggiriawan, P. B. (2018). Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Sikap Love Of Money Dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 135-146. doi:10.22219/jrak.v8i2.33
- Setiawati, & Nurkhin, A. (2017). Pengujian Dimensi Konstruk Literasi Keuangan MAHASISWA. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 727-736. Retrieved from

- <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Sohn, S.-H., Joo, S.-H., Grable, J. E., Lee, S., & Kim, M. (2012). Adolescents' financial literacy: The role of financial socialization agents, financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among South Korean youth. *Journal of Adolescence*, 35, 969-980. doi:10.1016/j.adolescence.2012.02.002
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
- Tang, T. L.-P. (1992). The Meaning of Money Revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 197-202. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2488183>
- Tang, T. L.-P., & Chen, Y.-J. (2008). Intelligence Vs. Wisdom: The Love of Money, Machiavellianism, and Unethical Behavior across College Major and Gender. *Journal of Business Ethics*, 82, 1-26. doi:10.1007/s10551-007-9559-1
- Tang, T. L.-P., & Chiu, R. K. (2003). Income, Money Ethic, Pay Satisfaction, Commitment, and Unethical Behavior: Is the Love of Money the Root of Evil for Hong Kong Employees? *Journal of Business Ethics*, 46, 13-30.
- Tang, T. L.-P., & Gilbert, P. R. (1995). Attitudes Toward Money as Related to Intrinsic and Extrinsic Job Satisfaction, Stress and Work-Related Attitudes. *Person. individ. Diff.*, 19(3), 327-332.
- Tang, T. L.-P., Luna-Arocas, R., Sutarso, T., & Tang, D. S.-H. (2004). Does the love of money moderate and mediate the income-pay satisfaction relationship? *Journal of Managerial Psychology*, 19(2), 111-135. doi:10.1108/02683940410526091
- Tang, T. L.-P., Tillery, K. R., Lazarevski, B., & Luna-Arocas, R. (2004). The love of money and work-related attitudes Money profiles in Macedonia. *Journal of Managerial Psychology*, 19(5), 542-548. doi:10.1108/02683940410543614
- Widiawati, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, Financial Self-Efficacy, dan Love of Money terhadap Manajemen Keuangan Pribadi. *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 97-108.
- Yakob, S., Yakob, R., B.A.M., H.-S., & Rusli, R. (2021). Financial Literacy and Financial Performance of Small and. *The South East Asian Journal of Management*, 15(1), 72-96. doi:0.21002/seam.v15i1.13117