

KEPUASAN KEUANGAN DI KALANGAN MILLENIAL JABODETABEK SELAMA COVID-19 YANG DIMODERASI DENGAN LITERASI KEUANGAN DAN PENDAPATAN

Parasti Fatima Azahra, Farah Margaretha Leon

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Indonesia
Email: 122012101067@gmail.com, farahmargaretha@trisakti.ac.id

ABSTRACT

Financial problems and job losses are widespread due to the effects of the COVID-19 pandemic. Millennia accounts for about 30% of the global consumer population and there are about two billion individuals in this group. The aim of this research is to test the financial satisfaction of the millennia during COVID-19 by exploring the role of cognitive factors: financial literacy and non-cognitive factors: financial behavior and personality. The sample in this study was 146 responders. Sample is obtained through the dissemination of research missionaries, the data used in this research is primary data analyzed using Smart PLS. The results of the study show that financial literature has a positive impact on financial satisfaction as well as Privacy has a positive and negative impact, then financial behavior has a negative impact and there are also income variables that are proportional between financial literature and financial satisfaction. A suggestion for further research is that it is hoped to be able to develop financial literature useful to make decisions in treating its finances. The variable suggested for future research is the financial property to complete the existing variable. The Managing Implications of this research are expected for the Millennium to provide information on how financial literacy affects financial satisfaction through financial behavior and personality.

Keyword: Financial Literature, Financial Satisfaction, Financial Behaviour, Income

ABSTRAK

Kesulitan keuangan dan kehilangan pekerjaan meluas karena efek dari pandemic COVID-19. Millenial menyumbang sekitar 30% dari kelompok konsumen secara global dan ada sekitar dua miliar individu dalam kelompok ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji kepuasan keuangan di kalangan Milenial selama COVID-19 dengan mengeksplorasi peran faktor kognitif: literasi keuangan dan faktor nonkognitif: perilaku keuangan dan ciri kepribadian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 146 responden. Sampel diperoleh melalui penyebaran kuisisioner penelitian, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dianalisis menggunakan Smart PLS. Hasil Penelitian membuktikan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kepuasan keuangan begitu juga Ciri Kepribadian terdapat pengaruh positif dan negative, selanjutnya perilaku keuangan berpengaruh negative dan juga terdapat variabel pendapatan yang memoderasi antara literasi keuangan dengan kepuasan keuangan. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu diharapkan mampu untuk mengembangkan literasi keuangan guna mengambil keputusan dalam memperlakukan keuangannya. Variabel yang disarankan untuk penelitian di masa depan adalah sifat keuangan untuk melengkapi variabel yang ada. Implikasi Manajerial dari penelitian ini adalah diharapkan bagi Millenial dapat memberikan informasi tentang bagaimana literasi keuangan mempengaruhi kepuasan keuangan melalui perilaku keuangan dan ciri kepribadian.

Kata kunci: Ciri Kepribadian, Literasi Keuangan, Kepuasan Keuangan, , Pendapatan, Perilaku Keuangan

PENDAHULUAN

Wabah pandemi di seluruh dunia penyakit coronavirus 2019 (COVID-19) yang belum pernah terjadi sebelumnya memengaruhi ritel niat konsumen. Pandemi COVID-19 juga memengaruhi kebiasaan membeli pelanggan ritel secara global (Arachchi et al., 2022). Ketika konsumen merasa puas dengan tingkat pendapatan mereka dan percaya bahwa mereka memiliki sumber daya keuangan yang memadai, mereka cenderung meningkatkan permintaan untuk produk dan layanan tambahan (Chhatwani, 2022a). Penyakit COVID-19 telah menciptakan kejutan ekonomi di berbagai industri dan menyebabkan dampak yang luar biasa pada kegiatan ekonomi karena penguncian yang diterapkan oleh pemerintah di seluruh dunia. Organisasi Kesehatan Dunia menyatakannya sebagai pandemi pada 11 Maret 2020 (Tan, 2021).

Banyak pemerintah bereaksi terhadap wabah global pandemi ini dengan menutup semua toko belanja dan toko lainnya, beberapa di antaranya penting dalam kehidupan sehari-hari warga (Gupta et al., 2021). Dengan demikian, ini adalah penurunan terbesar dalam permintaan konsumsi dan dimulainya kembali kegiatan yang diantisipasi tidak menjamin kembalinya permintaan konsumen normal (Chhatwani, 2022a). Pembelian impulsif terjadi ketika konsumen memiliki keinginan antisipatif, intens dan gigih untuk membeli sesuatu segera. Sebuah studi membahas bagaimana COVID-19 menyebabkan peningkatan pembelian dan penimbunan selama pandemi global (Naeem & Ozuem, 2021). Di sisi lain, konsumen telah mengurangi permintaan karena pemotongan gaji, kehilangan pekerjaan, peningkatan pengangguran yang meluas, pendapatan menjadi lebih tidak stabil dan tidak pasti (Chhatwani, 2022a). Penting untuk mengetahui bagaimana perasaan konsumen tentang tingkat pendapatan mereka untuk mengantisipasi permintaan konsumsi masa depan mereka selama situasi ini. Kesulitan keuangan konsumen meluas karena kehilangan pekerjaan, masalah kesehatan dalam keluarga dan ketidakpastian di lingkungan eksternal seperti resesi ekonomi dan pandemic (Meneau & Moorthy, 2022).

Milenial dikategorikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1980 hingga 2001 (Global Observations, 2022). Milenial menyumbang sekitar 30% dari kelompok konsumen secara global, dan ada sekitar dua miliar individu dalam kelompok ini. Milenial juga merupakan kelompok yang paling dekat hubungannya dengan media sosial dan memiliki respons tertinggi terhadap iklan dibandingkan dengan kelompok generasi lainnya. Bagi pemasar dan pengiklan, milenial sangat penting karena kebiasaan mereka yang paham teknologi (Chhatwani, 2022a). Pemahaman Milenial atau konsumen muda menjadi sangat penting dalam literatur akademis serta bagi praktisi. Milenial selalu menjadi pusat penyelidikan, menjadi salah satu segmen konsumen paling menonjol di pasar.

Konsumen Millennial cenderung memiliki kesadaran diri publik yang tinggi dan keputusan pembelian mereka didasarkan pada pendapat rekan-rekan mereka. Tidak seperti generasi sebelumnya, mereka sangat sadar merek. Mereka cenderung membelanjakan lebih banyak untuk barang-barang pilihan dengan peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan (Jain, 2020). Terdapat dua fokus pada anteseden kepuasan keuangan: kognitif (Literasi Keuangan) dan faktor nonkognitif (Perilaku Keuangan dan Ciri Kepribadian). Ada dua alasan khusus untuk mengeksplorasi dua faktor ini. Dalam literasi keuangan terdapat kemampuan konsumen untuk memahami masalah keuangan. Eksplorasi karakteristik konsumen mempengaruhi perilaku keuangan dimulai dengan literasi keuangan. Literasi keuangan telah menarik perhatian akademisi dan praktisi-peneliti sebagai sebuah konstruk, sehingga menghasilkan berbagai definisi konstruk mulai dari yang luas hingga yang spesifik (Sam et al., 2022).

Perbaruan dalam penelitian ini dengan menambahkan variabel Perilaku Keuangan. Perilaku keuangan pribadi menyangkut bagaimana orang mengelola sumber daya keuangan yang tersedia untuk mereka dan rumah tangga mereka. Perilaku keuangan individu mengacu pada pengeluaran dan kebiasaan menabung masyarakat, seperti hidup dengan anggaran bulanan, memiliki tabungan bulanan, membuat dana darurat dan paket pensiun, menginvestasikan kelebihan uang tunai dan memantau situasi keuangan secara berkala (Sam et al., 2022). Berdasarkan temuan penelitian ini, untuk mengetahui mana dari dua faktor ini yang lebih penting untuk kepuasan keuangan. Selanjutnya, untuk menguji efek interaksi antara literasi keuangan dan status keuangan, yaitu pendapatan, yang membantu memahami apakah orang yang melek finansial dapat memperoleh kepuasan lebih dari pendapatan tinggi. Berdasarkan fenomena dan latar belakang di atas, hal ini bertujuan untuk menguji kepuasan keuangan di kalangan Milenial JABODETABEK selama COVID-19.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah pengumpulan data primer, di mana data diperoleh peneliti secara langsung tanpa adanya campur tangan dengan pihak lain. Pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik Nonprobability Sampling dan pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan Purposive sampling. Dalam kriteria pengambilan sampel penelitian merujuk pada Millenial dengan rentang usia 21 - 42 tahun, berdomisili di JABODETABEK dan sudah bekerja. Sampel dalam penelitian ditargetkan sebanyak 125 responden, yang diambil berdasarkan rumus (Hair et al., 2019) di mana menggunakan 25 indikator dikalikan 5 yang megacu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan menggunakan sarana Google Form, dengan data yang diperoleh sebanyak 244 responden, namun terdapat 146 millenial diantaranya memenuhi kriteria yang dibutuhkan peneliti.

Hasil frekuensi paling banyak berjenis kelamin Laki-laki sejumlah 80 dengan persentase 54.8%, berumur antara 26-31 dengan jumlah responden 66 dengan persentase 45.2 %, bertempat tinggal di JABODETAK dengan persentase 100%, rata-rata Pendidikan S1 frekuensi 86 dengan persentase 86.3%, bekerja sebagai karyawan swasta dengan jumlah 119 dengan persentase 81.5%, mempunyai asuransi yang berjenis asuransi Kesehatan frekuensi 137 dengan persentase 93.8% dan sudah berpenghasilan 4000.000-6000.000 paling banyak 63 dengan persentase 43.2%

Tabel 1
Profil Responden

Gender	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	80	54.8
Perempuan	66	45.2
Total	146	100
Umur	Jumlah Responden	Persentase

21-25	63	43.2
26-31	66	45.2
32-42	17	11.6
Total	146	100
Tempat Tinggal	Jumlah Responden	Persentase
JABODETABEK	146	100
Total	146	100
Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SMA/SMK	2	1.4
Diploma	11	7.5
S1	126	86.3
S2	7	4.8
Total	146	100
Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Karyawan Swasta	119	81.5
Pengusaha/Wiraswasta	14	9.6
Pegawai Negeri	13	8.9
Total	146	100
Asuransi	Jumlah Responden	Persentase
Ya	146	100
Asuransi	Jumlah Responden	Persentase
Total	146	100
Jenis Asuransi	Jumlah Responden	Persentase
Asuransi Jiwa	4	2.7
Asuransi Kesehatan	137	93.8
Asuransi JHT	3	2.1
Lainnnya	2	1.4

Total	146	100
Income	Jumlah Responden	Persentase
<4000.000	3	2.1
4000.000-6000.000	63	43.2
6000.000-8000.000	58	39.7
8000.000-10.000.000	13	8.9
>10.000.000	9	6.2
Total	146	100

Identifikasi Pengukuran Variabel

Variabel dan Pengukuran Variabel yang terdapat dalam penelitian ini diukur dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel intervening terhadap variabel terikat. Variabel ini diukur dengan skala likert 1 sampai 5, variabel tersebut dapat dijelaskan dengan tabel di bawah sebagai berikut :

Tabel 2
Identifikasi dan Pengukuran Variabel

Jenis Variabel	Nama Variabel	Indikator
Variabel Dependen	Kepuasan Keuangan	1. Jumlah Saldo Tabungan 2. Pendapatan 3. Kemampuan membeli barang
Variabel Independen	Literasi Keuangan	1. Pengetahuan Keuangan Dasar 2. Simpanan dan Pinjaman 3. Asuransi
Variabel Independen	Openness to experience	1. Senang melakukan sesuatu hal yang baru 2. Merasa nyaman di sekitar orang lain 3. Merasa mudah dekat dengan orang lain

Variabel Independen	Agreeableness	1.saya merasa pribadi yang tertata/rapih 2.saya merasa orang yang sopan 3.saya simpati terhadap perasaan orang lain
Variabel Independen	Conscientiousness	1.saya merasa pribadi yang disiplin 2.saya suka menjaga jarak dengan orang lain 3.saya selalu mempersiapkan segala sesuatu
Jenis Variabel	Nama Variabel	Indikator
Variabel Independen	Ekstrovert	1. Saya tertarik melakukan banyak aktivitas dalam waktu bersamaan 2. Saya lebih suka beraktivitas dari pada harus berdiam diri 3. Saya mampu bergaul di lingkungan yang belum saya kenal sebelumnya
Variabel Independen	Neuroticism	1. saya mudah marah 2. saya gegabah dalam melakukan sesuatu 3.saya mudah panik
Variabel Independen	Perilaku Keuangan	1. Pembayaran Tagihan Tepat Waktu 2. Pengendalian diri 3. Tabungan 4. Penyusunan Rancangan Keuangan

Sumber: (Chhatwani, 2022a)

Metode Analisis Data & Model Penelitian

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah indikator pengukuran yang mengukur suatu variabel terbukti mengukur apa yang mau diukur.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kriteria *Convergent Validity* yang dilakukan dengan membuktikan bahwa pernyataan

pernyataan pada setiap variabel laten dapat dipahami oleh responden sesuai dengan yang dimaksudkan oleh penelitian. Kriteria yang digunakan adalah outer loading dengan kriteria jika nilai outler loading antara 0,5 sampai 0,6 maka pernyataan dari variabel latent dianggap valid.

Discriminant Validity yang dilkaukan dengan menentukan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya di dalam model penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan krieria Cronbach alpha dimana indikator dikatakan valid jika memiliki nilai $> 0,5$ (Hair et al., 2019).

Tabel 3
Uji Validitas

No	Variabel	Nilai Factor Loading	Keputusan
1	Agreeableness	0.792	valid
2	Conscientiousness	0.816	valid
3	Extroversion	0.827	valid
4	Kepuasan Keuangan	0.711	valid
5	Literasi Keuangan	0.759	valid
6	Neuroticism	0.807	valid
7	Openness to Experience	0.779	valid
8	Perilaku Keuangan	0.764	valid

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian validitas dilaukan untuk menguji apakah indikator mengetahui apakah item instrument penelitian jika dilakukan beberapa kali perlakuan akan memberikan hasil pengukuran yang relative konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan krieria composite reliability dimana kriteria penentuan alid atau tidak didasarkan pada kriteria (Nunnaly and Berstein) yaitu suatu variable dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach alpha $\geq 0,7$.

Tabel 4
Uji Reablitas

No	Variabel	Nilai Factor Loading	Keputusan
1	Agreeableness	0.869	valid
2	Conscientiousness	0.887	valid

3	Extroversion	0.895	valid
4	Kepuasan Keuangan	0.941	valid
5	Literasi Keuangan	0.968	valid
6	Neuroticism	0.881	valid
7	Openness to Experience	0.858	valid
8	Perilaku Keuangan	0.938	valid

Analisis SMART PLS

Metode Analisa Data Metode analisis data yang digunakan dalam menguji hipotesis pada penelitian menggunakan alat analisis yaitu SMART PLS

Godness of fit

Coefficient determination (R-Square)

Hasil pengolahan untuk model fit untuk model Kepuasan Keuangan menghasilkan nilai. Nilai R-Square sebesar 0,856 yang artinya variasi dari variabel independent yaitu Literasi Keuangan, Openness to Experience, Extroversion, Agreeableness, Agreeableness, Neuroticism dan Perilaku Keuangan mampu menjelaskan variasi dari variabel dependennya yaitu Kepuasan Keuangan sebesar 85,6% sedangkan sisanya sebesar 14,4% adalah variasi dari variabel independent lain yang mempengaruhi Kepuasan Keuangan tetapi tidak dimasukkan dalam model. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa model Kepuasan Keuangan memiliki goodness of fit yang baik sebagai alat prediksi dengan nominal 0,856

Uji Hipotesis

Pada pengujian hipotesis ini dilakukan untuk memastikan masing – masing dari variabel independen, variabel intervening, serta variabel kontrol memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya. Dasar dalam pengambilan keputusan uji hipotesis dinyatakan sebagai berikut :

- Jika $P\text{-value} \leq \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan diantara kedua variabel.
- Jika $P\text{-value} \geq \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan diantara kedua variabel.

Hasil dan Pembahasan

Berikut ini merupakan interpretasi dari tabel hasil uji hipotesis:

Hipotesis 1

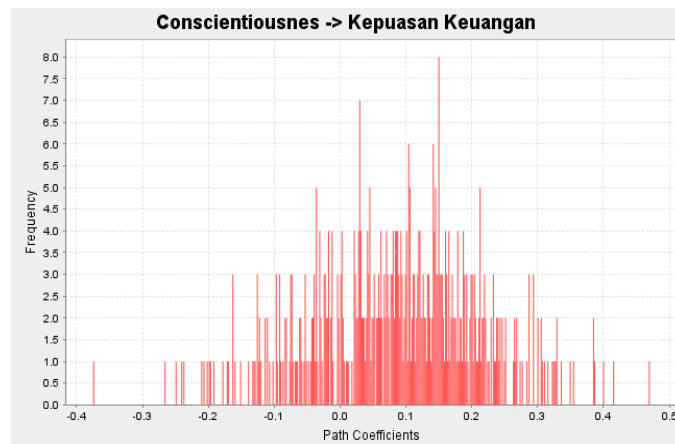
Hipotesis 1 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Keuangan. Dari hasil olahan diperoleh nilai koefisien estimasi sebesar 0,384 yang artinya semakin meningkat *Financial Literacy* akan semakin meningkatkan Kepuasan Keuangan dan sebaliknya semakin rendah *Financial Literacy* akan semakin menurunkan Kepuasan Keuangan. Hasil temuan ini menunjukkan tanda koefisien yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan teori menghasilkan nilai $p\text{-value } 0,023 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan terbukti *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Keuangan. Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Chhatwani, 2022a) disebutkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kepuasan keuangan. Hasil ini berpengaruh positif karena Literasi keuangan dapat mempengaruhi ukuran subjektif kepuasan keuangan. Hasil menunjukkan bahwa literasi keuangan subjektif dengan indeks kepuasan keuangan.

Hipotesis 2

Hipotesis 2 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif *Openness to Experience* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Keuangan. Dari hasil olahan diperoleh nilai koefisien estimasi sebesar 0,167 yang artinya semakin meningkat *Openness to Experience* akan semakin meningkatkan Kepuasan Keuangan dan sebaliknya semakin rendah *Openness to Experience* akan semakin menurunkan Kepuasan Keuangan. Hasil temuan ini menunjukkan tanda koefisien yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan teori menghasilkan nilai $p\text{-value } 0,061 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan terbukti *Openness to Experience* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Keuangan. Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Chhatwani, 2022a) disebutkan bahwa *Openness to Experience* berpengaruh positif terhadap kepuasan keuangan.

Hipotesis 3

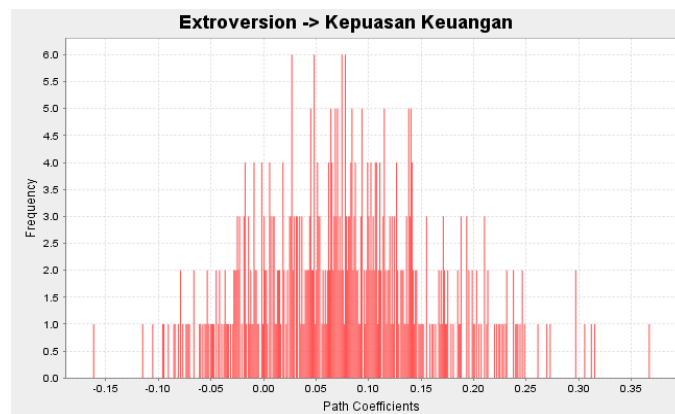
Hasil pengolahan data untuk hipotesis ketiga di mana hipotesis ini hasil pengujian yang diperoleh yaitu menghasilkan nilai $P\text{ value } 0,210 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh negatif terhadap kepuasan keuangan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis tidak didukung antara *Conscientiousness* dengan kepuasan keuangan. Hal ini berbanding dengan terbalik penelitian (Chhatwani, 2022a) yang menunjukkan hasil yang signifikan.



Gambar 2
Conscientiousness >> Kepuasan Keuangan

Hipotesis 4

Hipotesis 4 dilakukan di mana hipotesis ini hasil pengujian yang diperoleh yaitu dengan menghasilkan nilai P value $0,215 < 0,05$ yang berarti terdapat ketidaksamaan antara *Ekstrovert* dengan Kepuasan Keuangan. hipotesis tersebut tidak mendukung, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh *ekstroversi* dengan kepuasan keuangan. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya (Chhatwani, 2022a) dimana hasil tersebut signifikan.



Gambar 3
Ekstroversi >> Kepuasan Keuangan

Hipotesis 5

Hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan pengujian antara *Agreeableness* dengan kepuasan pendapatan mendapatkan skor yang menghasilkan p value $0,100 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan terbukti *Agreeableness* berpengaruh terhadap Kepuasan Keuangan. Hipotesis tersebut didukung antara *agreeableness* dengan kepuasan keuangan

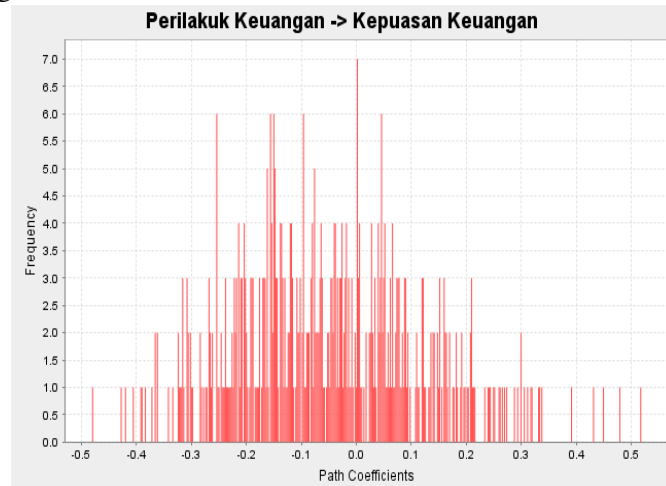
Hipotesis 6

Hasil pengolahan data untuk hipotesis keenam di mana hipotesis ini hasil pengujian yang diperoleh menghasilkan nilai P value $0,032 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh

antara *Neurotisisme* dengan Kepuasan Keuangan, sehingga dapat disimpulkan terbukti hipotesis didukung antara *Neurotisisme* dengan kepuasan keuangan.

Hipotesis 7

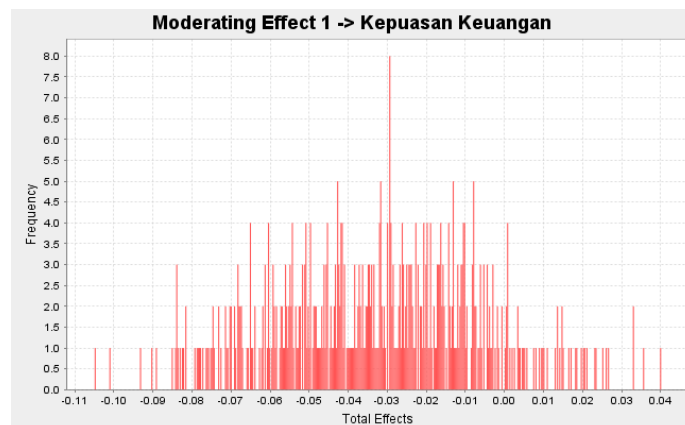
Hipotesis 7 dilakukan di mana hipotesis ini hasil pengujian yang diperoleh yaitu menghasilkan nilai P value $0,267 < 0,05$ yang berarti hipotesis tersebut tidak didukung dapat disimpulkan terdapat pengaruh negatif antara Perilaku Keuangan dengan Kepuasan Keuangan.



Gambar 4
Perilaku Keuangan >> Kepuasan Keuangan

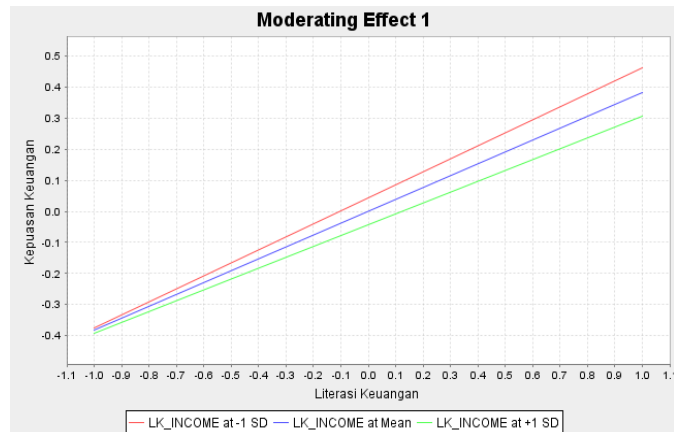
Hipotesis 8

Hipotesis 8 menyatakan bahwa pendapatan memoderasi (memperkuat) pengaruh positif dari *Financial Literacy* terhadap Kepuasan Keuangan. Hasil pengolahan ditunjukkan dengan nilai koefisien estimasi sebesar -0,035 yang artinya pendapatan mempunyai pengaruh dari literasi keuangan terhadap Kepuasan Keuangan. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan pendapatan memperkuat pengaruh positif dari literasi keuangan terhadap Kepuasan Keuangan tidak terbukti.

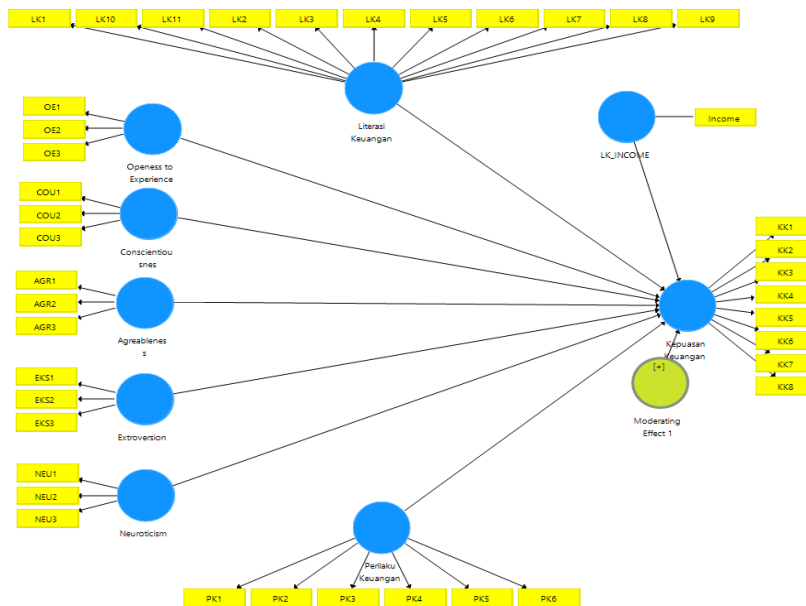


Gambar 5

Moderasi Pendapatan >> Kepuasan Keuangan



Gambar 6
Moderating effect



Gambar 7
Uji Hipotesis SMART PLS

Tabel 5
Pengujian Hipotesis Teori

Variable	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	P Values One tail
Agreeableness -> Kepuasan Keuangan	0.131	0.120	0.102	0.100
Conscientiousnes -> Kepuasan Keuangan	0.101	0.087	0.125	0.210
Extroversion -> Kepuasan Keuangan	0.064	0.076	0.081	0.215
LK_INCOME -> Kepuasan Keuangan	-0.043	-0.038	0.033	0.091
Literasi Keuangan -> Kepuasan Keuangan	0.384	0.355	0.192	0.023
Moderating Effect 1 -> Kepuasan Keuangan	-0.035	-0.033	0.026	0.087
Neuroticism -> Kepuasan Keuangan	0.213	0.188	0.115	0.032
Openess to Experience -> Kepuasan Keuangan	0.167	0.184	0.108	0.061
Perilakuk Keuangan -> Kepuasan Keuangan	-0.103	-0.051	0.165	0.267

Tabel 6
Uji Hipotesis

Hipotesis		P-value	Decision
H ₁	<i>Financial Literacy</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Keuangan	0,023**	Hipotesis didukung (signifikan positif)
H ₂	<i>Openness to Experience</i> berpengaruh terhadap kepuasan pendapatan	0.061*	Hipotesis didukung
H ₃	<i>Conscientiousness</i> berpengaruh dengan kepuasan pendapatan.	0.210	Hipotesis tidak didukung
H ₄	Ekstroversi berpengaruh dengan kepuasan pendapatan	0.215	Hipotesis tidak didukung
H ₅	<i>Agreeableness</i> berpengaruh dengan kepuasan pendapatan	0.100*	Hipotesis didukung
H ₆	Neurotisisme berpengaruh dengan kepuasan pendapatan.	0.032**	Hipotesis didukung
H ₇	Perilaku Keuangan berpengaruh terhadap Kepuasan Keuangan	0.267	Hipotesis tidak didukung
H ₈	Terdapat pengaruh variabel moderasi <i>Income</i> terhadap <i>Financial Literacy</i> dengan Kepuasan Keuangan	0.087	Hipotesis tidak didukung

KESIMPULAN

Financial Literacy berpengaruh positif terhadap Kepuasan Keuangan. Openness to Experience berpengaruh positif terhadap Kepuasan Keuangan. Conscientiousness berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Keuangan. Ekstroversion berpengaruh negative

terhadap Kepuasan Keuangan. Agreeableness berpengaruh positif terhadap Kepuasan Keuangan. Neurotisme berpengaruh positif terhadap Kepuasan Keuangan. Perilaku Keuangan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Keuangan. Pendapatan memoderasi memperkuat dari Financial Literacy terhadap Kepuasan Keuangan

DAFTAR PUSTAKA

- Chhatwani, M. (2022a). Income satisfaction among Millennials during COVID-19: the interplay among cognitive, noncognitive and financial factors. *International Journal of Social Economics*, 49(3), 430–448. <https://doi.org/10.1108/IJSE-03-2021-0183>
- Chhatwani, M. (2022b). Mortgage delinquency during COVID-19: do financial literacy and personality traits matter? *International Journal of Bank Marketing*, 40(3), 484–510. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2021-0215>
- Eriksson, K., Hermansson, C., & Jonsson, S. (2020). The performance generating limitations of the relationship-banking model in the digital era – effects of customers' trust, satisfaction, and loyalty on client-level performance. *International Journal of Bank Marketing*, 38(4), 889–916. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2019-0282>
- Ghaffar, J. A., Khattak, M. S., Shah, T. A., & Jehangir, M. (2022). Impact of personality traits on financial planning: an empirical evidence from Pakistan. *Journal of Economic and Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.1108/jeas-08-2021-0147>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Maulida, H. (2019). *Hubungan Trait Kepribadian Big Five dengan Kepuasan Pengguna atas Kualitas Layanan Perpustakaan Utama UIN Syarif Hidayatullah Jakarta UNIVERSITAS ISLAM NEGERI*.
- Owusu, G. M. Y. (2021). Predictors of financial satisfaction and its impact on psychological wellbeing of individuals. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*. <https://doi.org/10.1108/jhass-05-2021-0101>
- Sedán, P.-, د, غسان, Nasional, B. A. Z., Dana, L. P. L. D. A. N., Keuangaii, L., Beraktiir, Y., Relief, H., Hall, J. K., Weinberger, R., Marco, S., Steinitz, G., Moula, S., Accountants, R. P., Report, A. A. S., Accounting, F., Keuangan, L. P., Saldo, J., Bersih, D., Li, H., ... Eddy, S. A. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.02.034%0Ahttps://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011%0Ahttps://doi.o>
- Xiao, J. J., & Porto, N. (2017). Financial education and financial satisfaction: Financial literacy, behavior, and capability as mediators. *International Journal of Bank Marketing*, 35(5), 805–817. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2016-0009>