

The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, and Social Media Influencers on Personal Financial Management through Locus of Control as an Intervening Variable

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Social Media Influencer Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Melalui Locus of Control Sebagai Variable Intervening

Setiani¹, Andini Nurwulandari²

Pascasarjana Program Studi Manajemen Universitas Nasional

¹aurailleen@gmail.com, ²andinmanajemen@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the effects of financial literacy, lifestyle, and social media influencers on personal financial management, with locus of control as an intervening variable among employees of the Consumer Protection Department of the Financial Services Authority (OJK). This study employed a quantitative approach using Partial Least Squares (PLS) analysis with SmartPLS 4.0 software. The study population consisted of 197 employees of the OJK Consumer Protection Department, with a sample of 100 respondents. The sampling technique used was saturated sampling. The results showed that financial literacy, lifestyle, and social media influencers had positive and significant effects on personal financial management. Financial literacy and social media influencers also had positive and significant effects on locus of control, while lifestyle had no significant effect on locus of control. Furthermore, locus of control had a positive and significant effect on personal financial management. The results of the indirect effect analysis showed that financial literacy and social media influencers had indirect effects on personal financial management through locus of control, whereas lifestyle had no indirect effect on personal financial management between financial literacy and social media influencers and personal financial management. This study implies that improving financial literacy and individuals' ability to control their financial decisions should be strengthened to support better personal financial management.

Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, Social Media Influencers, Locus of Control, Personal Financial Management.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan social media influencer terhadap pengelolaan keuangan pribadi dengan locus of control sebagai variabel intervening pada karyawan Departemen Perlindungan Konsumen Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis Partial Least Square (PLS) menggunakan software SmartPLS 4.0. Populasi penelitian terdiri dari 197 karyawan Departemen Perlindungan Konsumen OJK, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan social media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Literasi keuangan dan social media influencer juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap locus of control, sedangkan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap locus of control. Selanjutnya, locus of control berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Hasil analisis pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa literasi keuangan dan social media influencer berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi melalui locus of control, sedangkan gaya hidup tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap pengelolaan keuangan pribadi melalui locus of control. Temuan ini menunjukkan bahwa locus of control berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara literasi keuangan dan social media influencer dengan pengelolaan keuangan pribadi. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan literasi keuangan dan kemampuan individu dalam mengendalikan keputusan keuangan perlu diperkuat untuk mendukung pengelolaan keuangan pribadi yang lebih baik.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Social Media Influencer, Locus of Control, Pengelolaan Keuangan Pribadi.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi di Indonesia telah mendorong perubahan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk perdagangan dan jasa keuangan. Peningkatan penggunaan internet turut mempercepat transformasi digital. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet

pada 2024 mencapai 221.563.479 jiwa atau tingkat penetrasi sebesar 79,5%, meningkat 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Peningkatan tersebut didukung oleh pemerataan infrastruktur internet melalui Palapa Ring serta percepatan transformasi digital akibat pembelajaran daring dan kebijakan bekerja dari rumah (*Work From Home*) selama pandemi COVID-19.

Perkembangan teknologi juga mendorong digitalisasi sektor keuangan, salah satunya melalui sistem pembayaran non-tunai (*cashless payment*) (Sari et al., 2023). Bank Indonesia mencatat nilai transaksi uang elektronik meningkat 44,24% (*yoy*) menjadi Rp80,03 triliun pada Februari 2024, sedangkan transaksi QRIS tumbuh 161,51% dengan 46,98 juta pengguna dan 31,27 juta merchant. Perkembangan ekonomi digital juga didukung oleh *fintech* dan *e-commerce*. Berdasarkan data SimilarWeb, Shopee menjadi *marketplace* dengan kunjungan situs terbanyak di Indonesia sepanjang 2023, mencapai sekitar 2,3 miliar kunjungan, disusul Tokopedia sekitar 1,2 miliar dan Lazada 762,4 juta kunjungan.

Kemudahan akses teknologi dan *e-commerce* turut memengaruhi perilaku konsumsi, khususnya pada generasi muda. Menurut Board (2017), *fintech* merupakan inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang menyediakan berbagai bisnis atau aplikasi baru. Kemudahan akses layanan seperti OVO, DANA, LinkAja, GoPay, dan ShopeePay membuat layanan keuangan digital semakin luas digunakan. Salah satu inovasi yang berkembang adalah *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau *paylater*, yang memberikan fleksibilitas pembayaran dan kemudahan transaksi.

Penggunaan *paylater* semakin meningkat karena keterjangkauan layanan, fleksibilitas cicilan, kemudahan registrasi, serta integrasinya dengan *e-commerce*. Sebanyak 45,9% konsumen menggunakan *paylater* saat berbelanja *online*, sementara lebih dari 70% pengguna berasal dari Generasi Z dan milenial berusia di bawah 35 tahun (Kredivo, 2023). Riset Populix juga menunjukkan bahwa 63% milenial Indonesia aktif menggunakan layanan *paylater*. OJK mencatat jumlah kontrak pengguna *paylater* meningkat 32,25% secara tahunan menjadi 72,88 juta kontrak pada Mei 2023. Shopee *Paylater* menjadi layanan yang paling dikenal dengan 89% responden menyebutkannya sebagai pilihan pertama.

Meningkatnya penggunaan *paylater* juga berkaitan dengan gaya hidup konsumtif dan kemampuan pengelolaan keuangan generasi milenial dan Gen Z. Menurut OJK, proporsi utang generasi milenial dan Gen Z lebih tinggi dibandingkan generasi lainnya, yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan literasi keuangan. Kemudahan memperoleh pembiayaan *online* dapat mendorong kebiasaan berutang, sementara minimnya kemampuan mengelola keuangan menyebabkan sebagian generasi muda kesulitan menentukan skala prioritas. Kondisi tersebut juga berdampak pada risiko kredit bermasalah. PT Pefindo Biro Kredit atau IdScore mencatat rasio NPL *paylater* mencapai 9,7% pada April 2023, dengan pengguna usia 20–30 tahun menyumbang 47,78% terhadap NPL *paylater*.

Friderica Widyasari Dewi dari OJK menjelaskan bahwa tunggakan BNPL pada generasi muda dapat memengaruhi kemampuan memperoleh pembiayaan penting seperti KPR. Riwayat kredit yang buruk juga berpotensi memengaruhi peluang memperoleh pekerjaan dan beasiswa karena sejumlah perusahaan dan lembaga beasiswa mulai mempertimbangkan riwayat kredit calon penerima.

Gaya hidup memiliki hubungan erat dengan pengelolaan keuangan. M. Yusuf (2018) menjelaskan bahwa gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup sederhana dan kontrol diri

yang kuat dapat membantu mencegah perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup mewah dapat mendorong pengeluaran yang melebihi kemampuan finansial. Dwi Iga Luhsasi (2021) juga menjelaskan bahwa gaya hidup dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap pengelolaan keuangan. Sementara itu, Amalia (2022) menyatakan bahwa kemudahan belanja *online* dapat mendorong perilaku boros, mendahulukan keinginan, mengabaikan skala prioritas, serta melakukan konsumsi demi kepuasan dan pengakuan sosial.

Hasil *pre-test* terhadap 40 pekerja berusia 19–34 tahun di Jakarta Selatan menunjukkan bahwa hanya 27 orang (64%) yang memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan, sedangkan 13 orang (36%) lebih mendahulukan keinginan. Selain itu, 31 dari 40 responden mengaku tidak memiliki perencanaan keuangan. Temuan tersebut sejalan dengan riset IDN Times yang menunjukkan bahwa milenial hanya mengalokasikan sekitar 10,7% pendapatan rutin untuk tabungan, sedangkan 51,1% digunakan untuk kebutuhan bulanan.

Literasi keuangan menjadi faktor penting dalam menentukan kemampuan seseorang mengelola keuangan. Nainggolan (2022) menjelaskan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan seseorang kesulitan menentukan prioritas dalam pengelolaan keuangan. Hasil SNLIK 2022 OJK menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia meningkat menjadi 49,68%, dibandingkan 38,03% pada 2019. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin baik pula kemampuan seseorang dalam melakukan manajemen keuangan pribadi. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan diperlukan agar masyarakat, khususnya generasi muda, mampu mengelola pendapatan, menentukan prioritas, menghindari perilaku konsumtif, dan menjaga kesehatan finansial. Sekitar 85,6% generasi milenial dinyatakan kurang sehat secara finansial sehingga diperlukan penguatan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan yang baik.

Dari penjelasan diatas, penelitian-penelitian terdahulu tidak memiliki konsisten (*research gap*) dalam hal factor-faktor yang dapat mempengaruhi Pengelolaan Keuangan. Peneliti ingin melakukan penelitian kembali terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, maka peneliti menggunakan mediasi (*intervensi*) dengan **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Social Media Influencer terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Melalui *Locus of control* sebagai variabel *Intervening*”**

2. Metode

Kerangka Pikir Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), kerangka pemikiran merupakan model konseptual yang menjelaskan hubungan teori dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penelitian. Penelitian ini mengkaji hubungan Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), dan *Social Media Influencer* (X3) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y) dengan *Locus of Control* (Z) sebagai variabel *intervening*.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis *explanatory research*, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara beberapa konsep atau variabel berdasarkan informasi yang objektif.

2. Sumber Penelitian

Penelitian menggunakan data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan atau objek penelitian melalui pengukuran, pengamatan, atau wawancara (Nazir, 2019).

b. Data Sekunder

Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer dan diperoleh dari penelitian terdahulu, buku, jurnal, artikel, dan sumber relevan lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara daring menggunakan *Google Form* kepada karyawan Otoritas Jasa Keuangan Jakarta. Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner mencakup variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup, *Social Media Influencer*, Pengelolaan Keuangan Pribadi, dan *Locus of Control*.

Pengukuran menggunakan skala Likert dengan empat kategori:

1. Sangat Setuju = Skor 4
2. Setuju = Skor 3
3. Tidak Setuju = Skor 2
4. Sangat Tidak Setuju = Skor 1

Menurut Sugiyono (2019), skala tersebut digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap fenomena sosial.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:126), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian adalah 197 karyawan Departemen Perlindungan Konsumen Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Jakarta.

Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria responden adalah karyawan OJK wilayah Jakarta yang termasuk kelompok generasi milenial hingga Generasi Z.

Penentuan jumlah sampel menggunakan pendekatan Hair et al. (2010), yaitu 5–10 observasi untuk setiap indikator. Dengan 20 indikator, jumlah sampel ditentukan sebagai berikut:

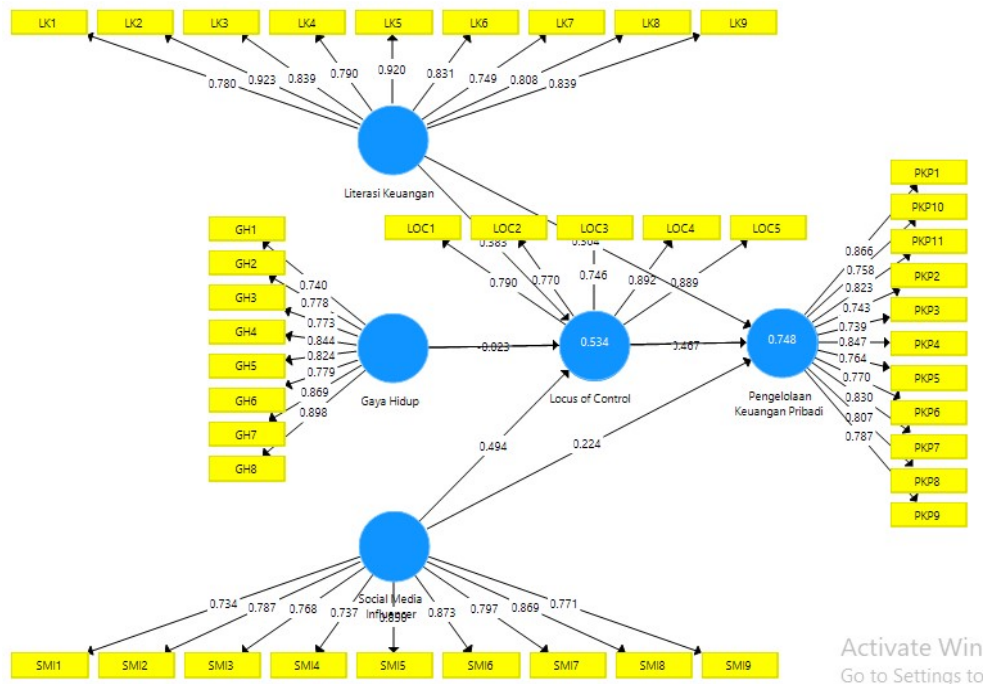
$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 20 \times 5 \\ &= 100 \text{ responden}\end{aligned}$$

Hair et al. (2010) juga menjelaskan bahwa analisis SEM dengan lebih dari 20 indikator membutuhkan sampel sekitar 100–200 responden. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan 100 responden karyawan Departemen Perlindungan Konsumen OJK Jakarta.

3. Hasil dan Pembahasan

Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (*Outer Model*)

Evaluasi *outer model* dilakukan untuk menilai hubungan indikator dengan konstruk melalui validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas. *Loading factor* digunakan untuk mengukur korelasi indikator dengan konstruk serta mengevaluasi validitas dan reliabilitasnya (Hair et al., 2019).



Gambar 1. Hasil Analisis Model PLS
Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 4.0

Berdasarkan gambar 1 diagram jalur diatas menunjukkan hasil perhitungan loading factor dan hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa nilai loading factor sudah diatas 0.6, sehingga indikator telah memenuhi syarat validitas konvergen dan memiliki validitas yang dipersyaratkan berdasarkan rule of thumb yang digunakan sesuai dengan yang sudah diuji cobakan sebelumnya.

Uji Validitas Konvergen

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen diketahui melalui loading factor. Suatu instrument dikatakan memenuhi pengujian validitas konvergen apabila memiliki loading factor diatas 0.6. Hasil pengujian validitas konvergen disajikan dalam tabel.

Tabel 1. Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	Loading Factor	Validitas
Literasi Keuangan (X1)	LK1	0.780	Valid
	LK2	0.923	Valid
	LK3	0.839	Valid
	LK4	0.790	Valid
	LK5	0.920	Valid
	LK6	0.831	Valid
	LK7	0.749	Valid
	LK8	0.808	Valid
	LK9	0.839	Valid
Gaya Hidup (X2)	GH1	0.740	Valid
	GH2	0.778	Valid
	GH3	0.773	Valid
	GH4	0.844	Valid

	GH5	0.824	Valid
	GH6	0.779	Valid
	GH7	0.869	Valid
	GH8	0.898	Valid
Social Media Influencer (X3)	SMI1	0.734	Valid
	SMI2	0.787	Valid
	SMI3	0.768	Valid
	SMI4	0.737	Valid
	SMI5	0.850	Valid
	SMI6	0.873	Valid
	SMI7	0.797	Valid
	SMI8	0.869	Valid
	SMI9	0.771	Valid
Locus of Control (Z)	LOC1	0.790	Valid
	LOC2	0.770	Valid
	LOC3	0.746	Valid
	LOC4	0.892	Valid
	LOC5	0.889	Valid
Pengelolaan raKeuangan Pribadi (Y)	PKP1	0.866	Valid
	PKP2	0.743	Valid
	PKP3	0.739	Valid
	PKP4	0.847	Valid
	PKP5	0.764	Valid
	PKP6	0.870	Valid
	PKP7	0.830	Valid
	PKP8	0.807	Valid
	PKP9	0.787	Valid
	PKP10	0.758	Valid
	PKP11	0.823	Valid

Sumber: Output SmartPLS 4.0 (2024)

Berdasarkan tabel, seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* > 0,60 sehingga dinyatakan valid dan analisis dapat dilanjutkan. Validitas konvergen juga dinilai melalui *Average Variance Extracted* (AVE), dengan kriteria nilai AVE > 0,50.

Tabel 2. *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel Laten	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	Validitas
Literasi Keuangan (X1)	0.694	Valid
Gaya Hidup (X2)	0.664	Valid
Social Media Influencer (X3)	0.640	Valid
Locus Of Control (Z)	0.672	Valid
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.632	Valid

Sumber: Output SmartPLS 4.0 (2024)

Berdasarkan Tabel 4, seluruh variabel memiliki nilai AVE > 0,50, sehingga indikator pada Literasi Keuangan, Gaya Hidup, *Social Media Influencer*, *Locus of Control*, dan Pengelolaan Keuangan Pribadi dinyatakan valid.

Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa suatu konstruk berbeda dari konstruk lainnya. Pengujian dilakukan melalui *cross loading* dengan kriteria nilai *loading factor* indikator harus lebih tinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan konstruk lain (Hair et al., 2019). Hasil pengujian dapat dilihat melalui *Fornell-Larcker Criterion* dan *cross loadings*.

Tabel 3. Fornell larcker Criterion

Variabel	Literasi Keuangan	Gaya Hidup	<i>Social Media Influencer</i>	<i>Locus of Control</i>	Pengelolaan Keuangan Pribadi
Literasi Keuangan (X1)	0.833	0.363			
Gaya Hidup (X2)		0.815			
<i>Social Media Influencer</i> (X3)	0.441	0.411	0.800	0.644	0.665
Locus Of Control (Z)	0.578	0.578		0.820	
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.683	0.683		0.801	0.795

Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 4.0

Tabel diatas merupakan hasil dari nilai *Fornell-Larcker Criterion* yang menunjukkan bahwa nilai korelasi yang didapat antara konstruk dengan konstruk itu sendiri tidak lebih kecil dari nilai korelasi konstruk dengan konstruk yang lain. Hal tersebut berarti bahwa adanya perbedaan di antara konstruk-konstruk yang digunakan dalam penelitian. Selain dilihat dari nilai *Fornell-Larcker Criterion*, validitas diskriminan dapat juga dilihat dari nilai *Cross loading* sebagai berikut:

Tabel 4. Cross loading

	Literasi Keuangan	Gaya Hidup	<i>Social Media Influencer</i>	<i>Locus of Control</i>	Pengelolaan Keuangan Pribadi
LK1	0.780	0.232	0.309	0.597	0.528
LK2	0.923	0.347	0.444	0.584	0.686
LK3	0.839	0.300	0.270	0.480	0.533
LK4	0.790	0.246	0.252	0.401	0.492
LK5	0.920	0.375	0.383	0.512	0.657
LK6	0.831	0.249	0.383	0.495	0.577
LK7	0.749	0.252	0.301	0.340	0.437
LK8	0.808	0.331	0.331	0.385	0.571
LK9	0.839	0.368	0.368	0.472	0.589
GH1	0.217	0.74	0.244	0.228	0.275
GH2	0.207	0.778	0.188	0.166	0.22
GH3	0.314	0.773	0.276	0.191	0.247
GH4	0.274	0.844	0.268	0.226	0.319

GH5	0.403	0.824	0.270	0.250	0.299
GH6	0.187	0.779	0.183	0.128	0.204
GH7	0.337	0.869	0.257	0.211	0.306
GH8	0.355	0.898	0.358	0.322	0.392
SMI1	0.321	0.276	0.734	0.475	0.494
SMI2	0.276	0.170	0.787	0.503	0.489
SMI3	0.289	0.165	0.768	0.464	0.508
SMI4	0.237	0.159	0.737	0.441	0.457
SMI5	0.424	0.307	0.850	0.583	0.599
SMI6	0.383	0.345	0.873	0.542	0.626
SMI7	0.220	0.284	0.797	0.399	0.421
SMI8	0.372	0.340	0.869	0.647	0.620
SMI9	0.378	0.245	0.771	0.526	0.521
LOC1	0.539	0.182	0.463	0.790	0.639
LOC2	0.470	0.291	0.659	0.770	0.636
LOC3	0.306	0.190	0.476	0.746	0.535
LOC4	0.500	0.210	0.507	0.892	0.697
LOC5	0.523	0.249	0.525	0.889	0.750
PKP1	0.591	0.348	0.531	0.757	0.866
PKP2	0.564	0.222	0.448	0.616	0.743
PKP3	0.655	0.328	0.540	0.672	0.739
PKP4	0.419	0.311	0.498	0.603	0.847
PKP5	0.476	0.249	0.473	0.514	0.764
PKP6	0.518	0.369	0.647	0.652	0.770
PKP7	0.450	0.312	0.478	0.634	0.830
PKP8	0.417	0.288	0.578	0.543	0.807
PKP9	0.562	0.241	0.631	0.691	0.787
PKP10	0.523	0.218	0.513	0.565	0.758
PKP11	0.732	0.244	0.475	0.703	0.823

Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 4.0

Berdasarkan hasil *cross loading*, seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* lebih tinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi instrumen dalam menghasilkan data. Reliabilitas dinilai melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan reliabel apabila *Composite Reliability* > 0,70 dan *Cronbach's Alpha* ≥ 0,60 (Hair et al., 2019).

Tabel 5. *Construct Reliability and Validity*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>

Literasi Keuangan (X1)	0.944	0.952	0.953	0.694
Gaya Hidup (X2)	0.927	0.947	0.94	0.664
<i>Social Media Influencer</i> (X3)	0.929	0.936	0.941	0.64
<i>Locus Of Control</i> (Z)	0.876	0.884	0.911	0.672
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.941	0.945	0.95	0.632

Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel memiliki nilai *Composite Reliability* > 0,70 dan *Cronbach's Alpha* > 0,70, dengan nilai terendah 0,876 pada *Locus of Control*. Dengan demikian, seluruh konstruk memiliki konsistensi internal yang baik dan instrumen dinyatakan reliabel.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel dalam model penelitian. Pengujian meliputi *Coefficient of Determination* (R^2), *Path Coefficient* (β), dan *Predictive Relevance* (Q^2).

Coefficient of Determination (R^2)

Tabel 6. *Coefficient of Determination* (R^2)

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Locus Of Control</i> (LC)	0.534	0.519
Pengelolaan Keuangan Pribadi (PKP)	0.748	0.738

Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 6, nilai R^2 menunjukkan bahwa *Locus of Control* dapat dijelaskan sebesar 53,4% oleh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan *Social Media Influencer*, sedangkan 46,6% dijelaskan oleh variabel lain. Pengelolaan Keuangan Pribadi dapat dijelaskan sebesar 74,8% oleh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, *Social Media Influencer*, dan *Locus of Control*, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Path Coefficient (β)

Path coefficient digunakan untuk mengetahui arah hubungan antarvariabel. Nilai koefisien menunjukkan hubungan positif apabila >0,1 dan hubungan negatif apabila berada pada rentang 0 hingga 0,1 (Hair et al., 2019).

Tabel 7. *Path coefficient* (β)

Variabel	LK	GH	SMI	LOC	PKP
Literasi Keuangan (X1)				0.383	0.304
Gaya Hidup (X2)				-0.023	0.047
<i>Social Media Influencer</i> (X3)				0.494	0.224
<i>Locus Of Control</i> (Z)					0.467
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)					

Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 7, *path coefficient* menunjukkan bahwa Gaya Hidup berhubungan negatif terhadap *Locus of Control* (-0,023) dan memiliki koefisien 0,047 terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. Literasi Keuangan berhubungan positif terhadap *Locus of Control* (0,383) dan Pengelolaan Keuangan Pribadi (0,304). *Social Media Influencer* juga berhubungan positif terhadap *Locus of Control* (0,494) dan Pengelolaan Keuangan Pribadi (0,224). Sementara itu, *Locus of Control* berhubungan positif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (0,467).

T-Statistic

Uji *t* digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antarvariabel. Hubungan dinyatakan signifikan apabila nilai *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05 pada tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2019).

Tabel 8. Uji *t*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Literasi Keuangan > Locus of Control	0.383	0.385	0.086	4.450	0.000
Literasi Keuangan > Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.304	0.311	0.074	4.095	0.000
Gaya Hidup > Locus of Control	-0.023	-0.010	0.091	0.250	0.803
Gaya Hidup > Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.047	0.060	0.073	0.643	0.520
Social Media Influencer > Locus of Control	0.494	0.485	0.112	4.428	0.000
Social Media Influencer > Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.224	0.225	0.070	3.182	0.002
Locus of Control > Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.467	0.451	0.087	5.355	0.0000

Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 8, terdapat 5 hipotesis yang diterima karena memiliki nilai *t-statistic* > 1,96, sedangkan 2 hipotesis ditolak karena nilai *t-statistic* < 1,96.

Predictive Relevance (Q²)

Predictive Relevance (Q²) digunakan untuk menilai kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen. Nilai Q² yang semakin tinggi menunjukkan kemampuan prediksi model yang semakin baik (Hair et al., 2019).

Tabel 9. *Predictive relevance (Q²)*

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Literasi Keuangan (X1)	900.000	900.000	

Gaya Hidup (X2)	800.000	800.000	
Social Media Influencer (X3)	900.000	900.000	
Locus Of Control (Z)	500.000	327.738	0.345
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	1100.000	604.516	0.450

Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 4.0

Hasil pengujian Q^2 menunjukkan nilai positif, yaitu 0,345 untuk *Locus of Control* dan 0,450 untuk Pengelolaan Keuangan Pribadi, sehingga model memiliki kemampuan prediksi yang baik.

Analisis Pengaruh Langsung

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan *t-statistic* dengan *t-table* sebesar 1,985 serta *p-value* pada tingkat signifikansi 5%. Hipotesis diterima apabila *t-statistic* > 1,985 dan *p-value* < 0,05.

- Pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Locus of Control*
Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Locus of Control* (*t-statistic* = 4,450; *p* = 0,000).
- Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi
Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (*t-statistic* = 4,095; *p* = 0,000).
- Pengaruh Gaya Hidup terhadap *Locus of Control*
Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap *Locus of Control* (*t-statistic* = 0,250; *p* = 0,803).
- Pengaruh Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi
Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (*t-statistic* = 0,643; *p* = 0,520).
- Pengaruh *Social Media Influencer* terhadap *Locus of Control*
Social Media Influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Locus of Control* (*t-statistic* = 4,428; *p* = 0,000).
- Pengaruh *Social Media Influencer* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi
Social Media Influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (*t-statistic* = 3,182; *p* = 0,002).
- Pengaruh *Locus of Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi
Locus of Control berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (*t-statistic* = 5,355; *p* = 0,000).

Analisis Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)

Untuk melihat Hubungan variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 10 di bawah ini.

Tabel 10. Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
GH -> LOC -> PKP	-0.01	0.002	0.045	0.227	0.821
LK -> LOC -> PKP	0.178	0.176	0.053	3.384	0.001
SMI -> LOC -> PKP	0.23	0.22	0.069	3.350	0.001

Sumber: Hasil Olahan SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 10, Literasi Keuangan berpengaruh tidak langsung secara signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control* ($t\text{-statistic} = 3,384$; $p = 0,001$). *Social Media Influencer* juga memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui *Locus of Control* ($t\text{-statistic} = 3,350$; $p = 0,001$). Sementara itu, Gaya Hidup tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control* ($p = 0,821$). Dengan demikian, *Locus of Control* berperan sebagai variabel mediasi pada hubungan Literasi Keuangan dan *Social Media Influencer* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi, sedangkan tidak berperan sebagai mediator pada hubungan Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi.

Dari hasil PLS dapat ditentukan persamaan Regresi Model Jalur sebagai berikut:

Path Analysis Persamaan 1:

$$LC = \beta_1LK + \beta_2GH + \beta_3SMI$$

$$LC = 0,383LK + -0,023GH + 0,494SMI$$

Path Analysis Persamaan 2:
 $PKP = \beta_1LK + \beta_2GH + \beta_3SMI$

$$PKP = 0,304LK + -0,047GH + 0,224SMI + 0,467LOC$$

Hasil analisis sebagai berikut:

- Literasi Keuangan (LK) memiliki pengaruh langsung terhadap *Locus of Control* (LOC) sebesar 0,383, sedangkan pengaruh tidak langsung terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (PKP) melalui LOC sebesar 0,178, dengan total pengaruh 0,304. Pengaruh langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung.
- Gaya Hidup (GH) memiliki pengaruh langsung terhadap LOC sebesar -0,023, pengaruh tidak langsung terhadap PKP melalui LOC sebesar -0,010, dan total pengaruh sebesar 0,047. Pengaruh langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung.
- Social Media Influencer* (SMI) memiliki pengaruh langsung terhadap LOC sebesar 0,494, pengaruh tidak langsung terhadap PKP melalui LOC sebesar 0,230, dan total pengaruh sebesar 0,304. Pengaruh langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung.

Pengujian hipotesis pengaruh langsung bertujuan mengetahui pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hipotesis dinyatakan diterima apabila koefisien jalur positif dan $p\text{-value} \leq$ tingkat signifikansi ($\alpha = 4,2\%$).

Pembahasan Hasil Penelitian

Secara rinci pengujian hipotesis penelitian secara bertahap sesuai hipotesis yang telah diajukan. Pada penelitian ini diajukan 10 hipotesis yang selanjutnya akan dibahas sebagai berikut:

Tabel 11. Ringkasan Hasil Penelitian

No	Hipotesis	Hasil Uji Hipotesis	Sig. P Value	Keterangan Ditolak / Diterima
1	Literasi Keuangan berpengaruh langsung positif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	Terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan	$0,001 < 0,500$	Diterima

		Pribadi		
2	Gaya Hidup berpengaruh langsung positif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	Tidak terdapat pengaruh antara Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	$0,520 > 0.500$	Ditolak
3	Social Media Influencer berpengaruh langsung positif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	Terdapat pengaruh antara Social Media Influencer terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	$0,002 < 0.500$	Diterima
4	Literasi Keuangan berpengaruh langsung positif terhadap Locus of Control	Terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Locus Of Control	$0,0018 < 0.500$	Diterima
5	Gaya Hidup berpengaruh langsung positif terhadap Locus of Control	Tidak terdapat pengaruh antara Gaya Hidup terhadap Locus Of Control	$0,803 < 0.500$	Ditolak
6	Social Media Influencer berpengaruh langsung positif terhadap Locus of Control	Terdapat pengaruh antara Social Media Influencer terhadap Locus Of Control	$0,052 < 0.500$	Diterima
7	Literasi Keuangan berpengaruh langsung positif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Locus of Control	Terdapat pengaruh yang signifikan antara Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dimediasi oleh Locus Of Control	$0,001 < 0.500$	Diterima
8	Gaya Hidup berpengaruh langsung positif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Locus of Control	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dimediasi oleh Locus Of Control	$0,821 > 0.500$	Ditolak
9	Social Media Influencer berpengaruh langsung positif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Locus of Control	Terdapat pengaruh yang signifikan antara Social Media Influencer terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dimediasi oleh Locus Of Control	$0,001 < 0.500$	Diterima
10	Locus of Control berpengaruh langsung positif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	Terdapat pengaruh antara Locus Of Control terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	$0,001 < 0.500$	Diterima

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi, sehingga H1 diterima. Hasil ini sejalan dengan Artha Aulia & Wibowo Adi (2023) dan M. A. Yusuf et al. (2023). Literasi keuangan yang baik membantu individu mengatur anggaran, mengontrol pendapatan, menghindari pemborosan dan utang yang tidak perlu, serta membuat keputusan investasi dan produk keuangan secara bijak.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi, sehingga H2 ditolak. Temuan ini sejalan dengan Putri Ananda Sari (2022) dan Muhammad Iqbal (2020). Pengelolaan keuangan yang baik dapat mengimbangi gaya hidup melalui kemampuan mengatur anggaran,

menabung, dan berinvestasi. Namun, gaya hidup konsumtif dan tekanan sosial tetap berpotensi menghambat pengelolaan keuangan.

Pengaruh *Social Media Influencer* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Social Media Influencer berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi, sehingga H3 diterima. Temuan ini sejalan dengan Ronja Ikonen (2024). *Influencer* dapat mendorong perilaku konsumtif melalui promosi produk dan gaya hidup, tetapi juga dapat memberikan edukasi mengenai menabung, investasi, dan pengelolaan anggaran. Oleh karena itu, individu perlu bersikap kritis terhadap konten media sosial.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Locus of Control*

Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Locus of Control*, sehingga H4 diterima. Hasil ini sejalan dengan Ritakumalasari & Susanti (2021) serta Atikah & Kurniawan (2021). Literasi keuangan meningkatkan pemahaman, kepercayaan diri, dan kemampuan individu dalam mengambil keputusan keuangan, sehingga memperkuat *internal locus of control* dan keyakinan bahwa kondisi keuangan dapat dikendalikan melalui tindakan sendiri.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap *Locus of Control*

Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap *Locus of Control*, sehingga H5 ditolak. Temuan ini sejalan dengan Nurlita Ika Putri Sari (2021) dan Dewi N.L.P.K. Simanjuntak (2020). *Locus of control* cenderung lebih dipengaruhi faktor kepribadian, pengalaman, pendidikan, dan lingkungan sosial daripada gaya hidup yang dapat berubah dari waktu ke waktu.

Pengaruh *Social Media Influencer* terhadap *Locus of Control*

Social Media Influencer berpengaruh signifikan terhadap *Locus of Control*, sehingga H6 diterima. Temuan ini sejalan dengan Ary Purnama (2023). Konten *influencer* dapat membentuk pandangan dan perilaku pengikut, termasuk keyakinan terhadap kemampuan mengendalikan kehidupan. Konten yang menekankan kerja keras dan *self-improvement* dapat memperkuat *internal locus of control*, sedangkan narasi yang menekankan keberuntungan dapat mendorong *external locus of control*. Oleh karena itu, individu perlu kritis dalam menyaring konten *influencer*.

Pengaruh Tidak Langsung Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control*

Literasi Keuangan memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control*. Temuan ini sejalan dengan Leni Ayu Wardani (2022) dan Novia N. A. (2022). Literasi keuangan meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri individu dalam mengendalikan kondisi keuangan, sehingga mendorong pengelolaan keuangan yang lebih baik. Dengan demikian, *Locus of Control* berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut.

Pengaruh Tidak Langsung Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control*

Gaya Hidup tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control*. Temuan ini sejalan dengan

Agustina K. M. Said (2021) dan Rini Nurhayati (2021). *Locus of control* lebih menentukan cara individu mengelola keuangan dibandingkan gaya hidup. Individu dengan *internal locus of control* cenderung lebih bertanggung jawab dalam mengambil keputusan keuangan, sedangkan gaya hidup tidak secara langsung menentukan kemampuan pengelolaan keuangan.

Pengaruh Tidak Langsung *Social Media Influencer* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control*

Social Media Influencer memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control*. Hasil ini sejalan dengan Intan Nurulita (2023) dan Ririn Indriani (2022). *Locus of control* memengaruhi cara individu menerima dan merespons informasi dari influencer. Individu dengan *internal locus of control* cenderung lebih kritis dalam menyaring informasi, sedangkan individu dengan *external locus of control* lebih mudah mengikuti pengaruh influencer dalam mengambil keputusan keuangan.

Pengaruh *Locus of Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Locus of Control berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi, sehingga H10 diterima. Temuan ini sejalan dengan Ramadhani et al. (2023) dan Muhammad Iqbal (2020). Individu dengan *internal locus of control* cenderung lebih mampu mengatur anggaran, mengendalikan pengeluaran, mengambil keputusan investasi, dan mencapai tujuan keuangan. Sebaliknya, *external locus of control* dapat menyebabkan individu lebih mudah dipengaruhi faktor eksternal dan kurang disiplin dalam mengelola keuangan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis SmartPLS 4.0 untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *Social Media Influencer* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dengan *Locus of Control* sebagai variabel intervening. Populasi penelitian berjumlah 197 karyawan Departemen Perlindungan Konsumen OJK, dengan sampel sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi.
2. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi.
3. *Social Media Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi.
4. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Locus of Control*.
5. Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap *Locus of Control*.
6. *Social Media Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Locus of Control*.
7. Literasi Keuangan berpengaruh tidak langsung terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control*.
8. Gaya Hidup tidak berpengaruh tidak langsung terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control*.
9. *Social Media Influencer* berpengaruh tidak langsung terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui *Locus of Control*.

10. *Locus of Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi.

5. Daftar Pustaka

- Afandy, C., & Niangsih, F. F. (2020). Literasi Keuangan Dan Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Di Provinsi Bengkulu. *The Manager Review*, 2(2), 68–98. <https://doi.org/10.33369/tmr.v2i2.16329>
- Amalia, R. J. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.87.1-16>
- APJII. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. *APJII*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> 7(3), 2662–2673. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1472>
- Artha Aulia, F., & Wibowo Adi, K. (2023). Pengaruh literasi keuangan, perencanaan keuangan, dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 1–9.
- Atikah, A., & Kurniawan, R. R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, dan Financial Self Efficacy Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 284–297. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i2.5132>
- Chen, H. & Volpe, R. P. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. Financial services review* 7. 2.
- Dwi Iga Luhsasi. (2021). Pengelolaan Keuangan: Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Mahasiswa. *Pendidikan Ekonomi Fkip Uksu*, 37(3), 2–7.
- Ghozali, Iman, and H. L. (2020). *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*.
- Hair J.F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh E).
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Eksekutif Volume* 15.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Ramadhani, K., Putri, P. L., & Sari, K. D. C. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Generasi Z Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal EBI*, 5(2), 67–76. <https://doi.org/10.52061/ebi.v5i2.177>
- Ritakumalasari, N., & Susanti, A. (2021). Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Locus of Control, Dan Parental Income Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1440–1450. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1440-1450>
- Sari, W. A., Fiorintari, F., & Ardhi, Q. (2023). Persepsi Generasi-Z Dalam Penggunaan Fintech Payment. *Eksos*, 19(1), 17–26. <https://doi.org/10.31573/eksos.v19i1.509>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kuantitatif R & D*.
- Yusuf, M. (2018). Gaya Hidup Mahasiswa. *Fakultas Ushuluddin Filsafat Dan Politik UIN Alauddin Makassar*, 7, 1–25.

