

Apakah Benar Uang Tidak Dapat Dikendalikan Penggunaannya? Peran *Financial planning* Dan *Financial Behavior* melalui Pengendalian *Social Shopping*

Devon Shawa Situmorang¹, Rolyana Ferinia²

^{1,2}Universitas Advent Indonesia, Jl. Kolonel Masturi No.288, Cihanjuang Rahayu, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat

devon7situmorang@gmail.com

Abstract

This research wants to find out whether there is an influence between the variables of financial planning, Social Shopping and Financial Behavior. This research is directed at students and sees whether student Financial Behavior is good enough which is influenced by financial planning and Social Shopping carried out. This research method uses a quantitative approach with a correlational design. The correlational design seeks to investigate the values of two or more variables and test or determine the relationships or interrelationships that exist between them in a particular environment. There is a not very strong influence between Financial planning and Social Shopping, there is a weak influence between Financial planning and Financial Behavior, there is a strong influence between Social Shopping and Financial Behavior and the mediating variable Social Shopping has a moderate influence on financial planning and Financial Behavior. Our findings suggest that Social Shopping can be a stimulator of financial planning and Financial Behavior.

Keywords: Financial Planning, Social Shopping, Financial Behavior

Abstrak

Penelitian ini ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel financial planning, social shopping dan financial behavior. penelitian ini diarahkan kepada mahasiswa serta melihat apakah perilaku keuangan mahasiswa sudah cukup baik yang dipengaruhi dengan perencanaan keuangan dan social shopping yang dilakukan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Desain korelasional berusaha untuk menyelidiki nilai-nilai dari dua atau lebih variabel dan menguji atau menentukan hubungan-hubungan atau antar hubungan-antar hubungan yang ada di antara mereka di dalam satu lingkungan tertentu. Didapatkan pengaruh yang tidak terlalu kuat antara Financial Planning terhadap Social Shopping, terdapat pengaruh yang lemah antara Financial Planning terhadap Financial Behavior, terdapat pengaruh yang kuat antara Social Shopping terhadap Financial Behavior dan variabel mediasi social shopping memberikan pengaruh sedang terhadap financial planning dan financial behavior. Temuan kami menunjukkan bahwa social shopping dapat menjadi stimulator terhadap perencanaan keuangan dan perilaku keuangan.

Kata Kunci: Financial Planning, Social Shopping, Financial Behavior

Copyright (c) 2023 Devon Shawa Situmorang, Rolyana Ferinia

✉ Corresponding author: Devon Shawa Situmorang

Email Address: devon7situmorang@gmail.com (Jl. Kolonel Masturi No.288, Cihanjuang Rahayu, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat)

Received 15 February 2023, Accepted 22 February 2023, Published 23 February 2023

PENDAHULUAN

Dalam era sosial media sekarang ini sudah banyak kemudahan yang dapat dinikmati dan terkadang sulit mengendalikan atau mengatur keuangan yang baik, Penting bagi individu mengatur keuangan pribadinya maka diperlukan untuk mengetahui bagaimana perilaku keuangan dapat berperan. Menurut Mulyani dan Indriasih (2021) perilaku finansial adalah bidang studi yang mempelajari bagaimana pengaruh psikologi perilaku individu dalam bidang keuangan dan dampaknya terhadap pasar. Studi perilaku finansial penting untuk dicermati karena dapat menjelaskan faktor-faktor yang

mempengaruhi fluktuasi pasar. Perilaku finansial sendiri merupakan tindakan manusia yang berkaitan dengan pengelolaan dan penggunaan uang mereka. (Mulyani & Indriasih, 2021).

Kondisi keuangan mahasiswa tentunya berbeda dengan masyarakat yang lainnya dikarenakan sudah mencapai umur siap bekerja tetapi belum bekerja dan sedang menimba ilmu. Kebanyakan mahasiswa masih menjadi tanggungan orang tuanya, sehingga nyatanya perilaku positif finansial di kalangan mahasiswa masih belum optimal dan kesadaran untuk mengatur keuangan masih rendah (Widener, 2017). Hasil survei yang dilakukan oleh Grabmeier, (2015) mendapati bahwa 70 persen mahasiswa stres tentang keuangan. Bukti lain diberikan oleh Vien, (2015) yang menyatakan bahwa keterampilan manajemen keuangan pribadi mahasiswa Amerika kurang, walaupun secara survei, angka menunjukkan 57% dari 751 mahasiswa memiliki keterampilan manajemen keuangan baik dan luar biasa tetapi perilaku belanja dan menabungnya menunjukkan data yang sebaliknya Hanya 39% yang mengatakan bahwa mereka mematuhi anggaran bulanan yang mereka buat. 38% mengatakan mereka telah meminjam uang dari teman atau keluarga. Bukti di atas mengatakan bahwa perilaku keuangan mahasiswa masih cenderung belum optimal. (Sari, 2015) menegaskan bahwa individu yang bertanggung jawab dalam perilaku keuangan mereka cenderung berhasil dalam mengelola uang mereka dengan bijak, seperti membuat rencana anggaran, menyimpan uang, membatasi pengeluaran, melakukan investasi yang bijak, dan membayar kewajiban mereka tepat waktu. Artinya, kalau ada individu yang melakukan kebalikannya adalah individu yang memiliki perilaku keuangan negatif.

Perilaku keuangan negatif memiliki beberapa poin, seperti yang ditulis oleh Mulyani dan Indriasih (2021). Mereka menerangkan bahwa tindakan yang tidak bertanggung jawab dalam hal keuangan disebabkan oleh kebiasaan berbelanja yang berlebihan, kurangnya upaya menyimpan uang, kurangnya perencanaan dan anggaran untuk masa depan, dan minimnya investasi yang bijak (Mulyani & Indriasih, 2021).

Perilaku keuangan yang buruk atau tidak bertanggung jawab banyak ditemukan pada mahasiswa di Indonesia contohnya mereka yang terbiasa menghabiskan uang bulanan mereka dengan tidak menabung. Dalam Azizah (2020) dikatakan Stigma terhadap generasi milenial sebagai individu yang cenderung boros dan kurang memiliki kebiasaan menabung, sering membeli barang-barang bergengsi, membeli kopi mahal hanya untuk diposting di media sosial, dan melakukan aktivitas sosial yang mahal, membuat mereka rawan melakukan kesalahan dalam pengelolaan keuangan. Akibat dari perilaku konsumtif ini, generasi milenial memiliki risiko mengalami kegagalan dalam mengelola dan mempertahankan keuangan mereka secara efektif (Azizah, 2020).

Perilaku keuangan yang tidak bertanggung jawab juga ditandai dengan pengeluaran yang tidak terkontrol sehingga menyebabkan pemborosan yang berlebihan, dilansir pada solopos.com yang di tulis oleh Pratama tentang berita banyaknya mahasiswa terjerat pinjaman online karna kurangnya didikan tentang perilaku keuangan yang baik. Banyak dari mahasiswa ini yang terjerat pinjaman online dikarenakan gaya hidup hedonisme mereka dan ingin terus membeli barang yang sedang tren (Pratama,

2023). Maka apabila mahasiswa tidak memiliki *Financial planning* yang baik, mereka akan terus berada pada perilaku keuangan yang buruk.

Jika terus menerus terjatuh dalam perilaku keuangan yang negatif seperti tidak menabung, tidak mengontrol pengeluaran, serta terbiasa berbelanja berlebihan akan menyebabkan kegagalan yang terus menerus terjadi dalam perencanaan keuangan. Jika telah gagal dalam perencanaan keuangan maka akan dapat mengakibatkan keuangan yang tidak sehat seperti berhutang untuk membeli kebutuhan yang utama (Ayu, 2021). Menyatakan bahwa jika seseorang tidak mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik, hal tersebut dapat memicu masalah keuangan jangka panjang yang sangat serius. Kegagalan dalam mengelola keuangan pribadi dapat membawa dampak negatif pada kehidupan sosial dan mempengaruhi bagaimana orang tersebut diterima dalam masyarakat. Hal ini dapat memicu masalah seperti utang yang berlebihan, kesulitan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, dan keterbatasan dalam hal pengeluaran dan investasi masa depan (Alexander & Pamungkas, 2019b).

Menjadi manusia yang hidup dalam dunia yang sangat konsumtif, banyak kebutuhan yang harus dipenuhi dan membutuhkan uang. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan ini melalui proses *financial planning*, seperti menabung atau melakukan investasi. Dengan melakukan *financial planning* dan menabung atau berinvestasi, seseorang dapat mempersiapkan dana untuk keperluan masa depan dan memastikan kesejahteraan finansial mereka. Namun, faktanya banyak orang saat ini justru berlaku sebaliknya. Mereka lebih memprioritaskan untuk membeli barang atau memenuhi keinginan mereka dengan menggunakan uang yang seharusnya disimpan dan disiapkan untuk masa depan melalui proses *financial planning*. Padahal, hal ini justru dapat membuat mereka mengalami masalah keuangan jangka panjang dan menghambat kesejahteraan finansial mereka. Oleh karena itu, penting bagi setiap orang untuk memahami pentingnya melakukan *financial planning*, menabung, dan berinvestasi sejak dini seperti perilaku keuangan yang bertanggung jawab yang sudah dibahas sebelumnya untuk memastikan kesejahteraan finansial mereka jangka Panjang (Mulyani & Indriasih, 2021).

Setelah melakukan *financial planning* yang baik, tentu kita harus membatasi diri kita untuk tidak melakukan pembelian yang berlebihan, terlebih sudah banyak platform social media yang menawarkan harga yang cukup rendah dari pasaran. Pembelian melalui social media (*Social Shopping*) ini dapat menawarkan harga di bawah pasaran dikarenakan tidak harus membayar lapak, listrik dan sebagainya, sehingga dapat memberikan penawaran harga yang menarik banyak orang terutama generasi muda saat ini. Mereka seringkali membeli barang-barang untuk memenuhi gaya hidup mereka, terutama melalui belanja online yang seringkali memiliki harga yang lebih terjangkau dan murah. Oleh karena itu, penting bagi para generasi muda untuk memiliki sifat pengendalian diri dan pengelolaan keuangan yang baik. Hal ini akan membantu mereka untuk menghindari *Social Shopping* tidak terkontrol. Dengan begitu, generasi muda dapat memastikan bahwa mereka memiliki perilaku keuangan yang baik dan tidak mengalami masalah finansial jangka Panjang (Haryana, 2020b). Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan dan positif antara *financial planning* terhadap *Financial Behavior*?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan dan positif antara *financial planning* terhadap *Social Shopping*?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan dan positif *Social Shopping* terhadap *Financial Behavior*?
4. Apakah ada pengaruh yang signifikan dan positif antara *financial planning* terhadap *Financial Behavior* melalui *Social Shopping*? your original text. Then describe your purpose of this research.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional (Sudarmanto et al., 2021). Desain korelasional berusaha untuk menyelidiki nilai-nilai dari dua atau lebih variabel dan menguji atau menentukan hubungan-hubungan atau antar hubungan-antar hubungan yang ada di antara mereka di dalam satu lingkungan tertentu (Silalahi, 2015).

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Advent Indonesia tingkat 3 dan 4. Teknik sampling yang digunakan adalah non probabilitas sampling dengan teknik aksidental, karena penentuan sampelnya berdasarkan faktor spontanitas, artinya saya saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti baik melalui media sosial atau bertemu langsung dan sesuai dengan karakteristik penelitian maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (Silalahi, 2015). Data yang dikumpulkan merupakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert dari 1 yang menyatakan “tidak pernah” hingga 5 “selalu” yang dikumpulkan melalui pertanyaan kuesioner menggunakan skala likert. Kuesioner dibuat dengan Google Form agar lebih cepat penyebarannya.

HASIL DAN DISKUSI

Statistik Deskriptif

Tabel 1. *Social Shopping*

Item	Jawaban					Mean	Stan Dev	Min	Max
	Tidak Pernah	Jarang	Pernah	Sering	Selalu				
FP1	2	0	16	46	28	18.4	19.15202	0	46
FP2	7	0	25	35	25	18.4	14.41527	0	35
FP3	5	0	22	39	26	18.4	15.9154	0	39
FP4	6	0	19	45	22	18.4	17.41551	0	45
FP5	4	0	20	45	23	18.4	17.86897	0	45
FP6	3	1	22	45	21	18.4	17.79888	1	45

Sumber: PLS versi 3.2.9 Data diolah penulis

Dapat dilihat melalui hasil statistik deskriptif untuk variabel *Financial planning* pada setiap indikator didapatkan bahwa nilai maksimal berada pada jawaban sering dan menunjukkan rata-rata yang berada pada jawaban pernah (tabel 1). Dan untuk standar deviasi, apabila lebih besar dari nilai rata-rata dikatakan memiliki perbedaan data yang tinggi, sebaliknya apabila lebih kecil dari nilai rata-rata dikatakan memiliki perbedaan data yang tidak terlalu tinggi.

Tabel 2. *Social Shopping*

Item	Jawaban					Mean	Stan Dev	Min	Max
	Tidak Pernah	Jarang	Pernah	Sering	Selalu				
SS1	0	0	2	47	43	18.4	24.33721	0	47
SS2	65	14	4	6	3	18.4	26.40644	3	65
SS3	0	0	7	54	31	18.4	23.62837	0	54
SS4	0	0	5	43	44	18.4	23.00652	0	44
SS5	17	26	19	16	14	18.4	4.615192	14	26

Sumber: PLS versi 3.2.9 Data diolah penulis

Dapat dilihat melalui hasil statistik deskriptif untuk variabel *Social Shopping* pada setiap indikator didapatkan bahwa nilai maksimal setiap indikator beragam. Pada indikator SS2 dan SS5 nilai maksimum berada pada jawaban “tidak pernah” dan “jarang” sedangkan untuk SS2, SS3, dan SS4 berada pada jawaban “sering” dan “selalu” (tabel 2). Hasil tersebut juga menunjukkan rata-rata yang sama. Dan untuk standar deviasi, apabila lebih besar dari nilai rata-rata dikatakan memiliki perbedaan data yang tinggi, sebaliknya apabila lebih kecil dari nilai rata-rata dikatakan memiliki perbedaan data yang tidak terlalu tinggi.

Tabel 3. *Financial Behavior*

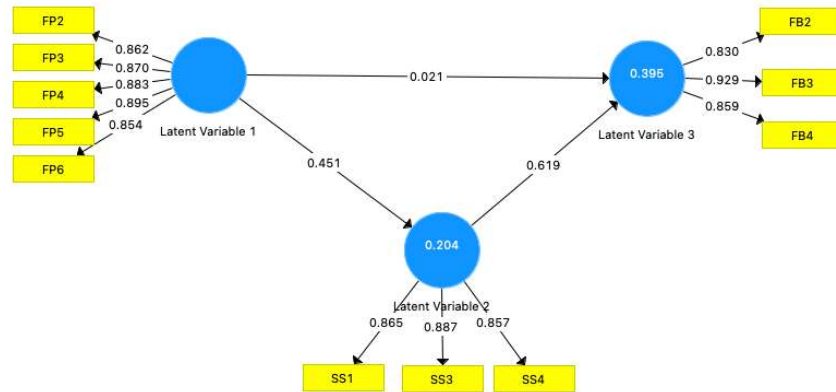
Item	Jawaban					Mean	Stan Dev	Min	Max
	Tidak Pernah	Jarang	Pernah	Sering	Selalu				
SS1	0	0	2	47	43	18.4	24.33721	0	47
SS2	65	14	4	6	3	18.4	26.40644	3	65
SS3	0	0	7	54	31	18.4	23.62837	0	54
SS4	0	0	5	43	44	18.4	23.00652	0	44
SS5	17	26	19	16	14	18.4	4.615192	14	26

Sumber: PLS versi 3.2.9 Data diolah penulis

Dapat dilihat melalui hasil statistik deskriptif untuk variabel *Financial Behavior* pada setiap indikator didapatkan bahwa nilai maksimal setiap indikator beragam. Untuk setiap indikator didapatkan bahwa nilai maksimal berada pada jawaban “sering” dan “selalu” (tabel 3). Hasil tersebut juga menunjukkan rata-rata yang sama. Dan untuk standar deviasi, apabila lebih besar dari nilai rata-rata dikatakan memiliki perbedaan data yang tinggi, sebaliknya apabila lebih kecil dari nilai rata-rata dikatakan memiliki perbedaan data yang tidak terlalu tinggi.

Outer Model

Outer model digunakan untuk menetapkan model reflektif sehat melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam hal ini, model reflektif adalah model yang terdiri dari konstruk atau variabel laten yang diukur melalui indikator atau variabel pengukur. Uji validitas bertujuan untuk memeriksa apakah indikator-indikator tersebut memang merefleksikan konstruk atau variabel laten yang diukur, sementara uji reliabilitas bertujuan untuk memeriksa seberapa konsisten dan akurat pengukuran indikator tersebut terhadap variabel laten yang diukur. Dengan menguji validitas dan reliabilitas model reflektif melalui outer model, maka dapat dihasilkan model yang sehat dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis SEM selanjutnya.



Gambar 1. Outer Model Results

Sumber: PLS versi 3.2.9 Data diolah penulis

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur kualitas suatu data kusioner yang telah diperoleh. Uji ini diperlukan agar dapat membuktikan bahwa data yang diperoleh adalah data yang valid. Uji Validitas dapat dilihat menggunakan pengukuran pada validitas konvergen dan AVE. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai AVE > 0,05 dan nilai outer loading > 0,6 (Budhiasa, 2016). Dilihat pada gambar 2 nilai dari Outer loading menunjukkan nilai > 0.06 untuk setiap indikator sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan adalah valid.

Tabel 4. Discriminant Validity

	Financial Planning	Social Shopping	Financial Behavior
Financial Planning	0.873		
Social Shopping	0.451	0.870	
Financial Behavior	0.300	0.628	0.874

Sumber: PLS versi 3.2.9 Data diolah penulis

Dapat dilihat juga melalui hasil dari Discriminant Validity fornell-larcker criterion pada tabel 4 bahwa nilai akar kuadrat AVE yang menunjukkan 0.873; 0.870; dan 0.874 lebih besar dari hasil nilai korelasi antar variabel yaitu 0.451; 0.300; dan 0.628. Hal ini mengartikan bahwa model pengukuran sudah memenuhi validitas dikriminan yang baik. Dan penelitian ini melihat nilai validitas konvergen dan AVE menggunakan aplikasi SmartPLS dan dinyatakan semua telah valid seperti dinyatakan pada tabel 2, nilai AVE yang dihasilkan menggunakan model pengukuran ini mendapat nilai lebih besar dari 0.6 sehingga model pengukuran dinyatakan memenuhi syarat validitas.

Tabel 5. Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Financial Planning	0.923	0.940	0.941	0.762
Social Shopping	0.841	0.862	0.903	0.756
Financial Behavior	0.845	0.855	0.906	0.763

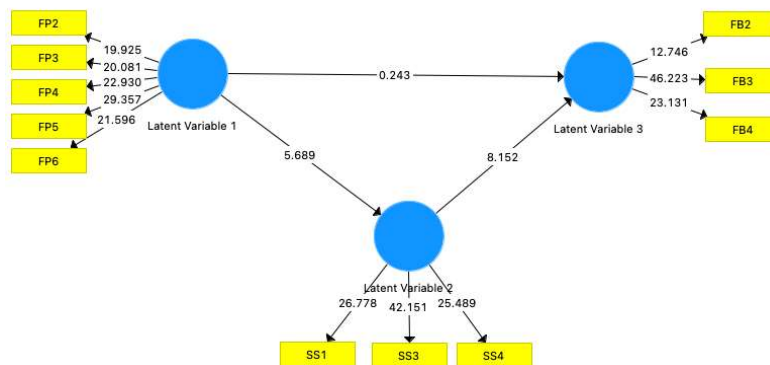
Sumber: PLS versi 3.2.9 Data diolah penulis

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis tes reliabilitas yaitu tes Cronbach Alpha dan tes Composite Reliability. Tes Cronbach Alpha digunakan untuk mengukur nilai reliabilitas terendah (lower-bound) dari data. Untuk dapat dikatakan bahwa data memiliki kualitas yang baik, nilai alpha Cronbach harus lebih besar dari 0.7 (Budhiasa, 2016). Sementara itu, tes Composite Reliability digunakan untuk mengukur reliabilitas aktual dari suatu variabel. Apabila nilai reliabilitas kompositnya lebih besar dari 0.7, maka data tersebut dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. Dilihat melalui tabel 1 bahwa nilai setiap variabel pada Cronbach alpha > 0.7 dan nilai dari Composite Reliability > 0.7 maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki kualitas yang baik (tabel 5).

Inner Model

Merupakan model structural yang digunakan untuk melihat pengaruh dan hubungan korelasional antar variabel. Model structural memberikan gambaran tentang seberapa besar pengaruh atau dampak dari satu variabel terhadap variabel lain dalam model, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel lain dalam model. Dalam hal ini, model structural sangat berguna dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang berhubungan dengan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel dalam model, serta dalam membuat prediksi atau simulasi terhadap perilaku variabel dalam model. Oleh karena itu, model structural menjadi salah satu aspek penting dalam analisis SEM dan digunakan secara luas di berbagai bidang penelitian, seperti sosiologi, psikologi, ekonomi, dan bisnis.



Gambar 3. Inner Model Results

Sumber: PLS versi 3.2.9 Data diolah penulis

Uji Hipotesis

Tabel dibawah menunjukkan hasil dari hubungan antar variabel dari nilai t statistic, p value dan f square. Pengujian tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan diantara variabel yang dibahas, apakah terdapat pengaruh atau tidak terdapat pengaruh antara masing-masing variabel. Apabila nilai t statistic yang dihasilkan lebih besar dari 1.96 maka dapat disimpulkan variabel mempunyai pengaruh, lalu untuk pengukuran seberapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat melalui nilai f square. Apabila nilai f square menunjukkan nilai < 0.02 dikategorikan memiliki pengaruh lemah, apabila f

square > 0.15 dikategorikan memiliki pengaruh yang cukup, dan apabila f square > 0.35 dikategorikan memiliki pengaruh yang kuat.

Tabel 6. Hypothesis Test

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	f Square
Financial Planning -> Social Shopping	0.451	5.638	0.000	0.256
Financial Planning -> Financial Behavior	0.300	3.087	0.002	0.001
Social Shopping -> Financial Behavior	0.619	7.715	0.000	0.504

Sumber: PLS versi 3.2.9 Data diolah penulis

Melalui hasil dari tabel 3 di atas didapatkan penjelasan mengenai hubungan diantara variabel yang dibahas, maka penjelasan tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. *Financial planning* dalam mempengaruhi *Social Shopping* mendapatkan nilai t statistik sebesar 5.638 dan nilai f square sebesar 0.256. Nilai yang dihasilkan mengartikan bahwa terdapat pengaruh antara *Financial planning* terhadap *Social Shopping* dikarenakan nilai t statistik > 1.96, tetapi pengaruh tersebut tidak terlalu kuat melainkan hanya pengaruh yang cukup, ini ditunjukkan melalui nilai f square < 0.35.
2. *Financial planning* dalam mempengaruhi *Financial Behavior* mendapatkan nilai t statistik sebesar 3.087 dan nilai f square sebesar 0.001. Nilai yang dihasilkan mengartikan bahwa terdapat pengaruh antara *Financial planning* terhadap *Financial Behavior* dikarenakan nilai t statistik > 1.96, tetapi pengaruh tersebut dikategorikan sebagai pengaruh yang lemah ditunjukkan melalui nilai f square < 0.02.
3. *Social Shopping* dalam mempengaruhi *Financial Behavior* mendapatkan nilai t statistik sebesar 7.715 dan nilai f square sebesar 0.504. Nilai yang dihasilkan mengartikan bahwa terdapat pengaruh antara *Social Shopping* terhadap *Financial Behavior* dikarenakan nilai t statistik > 1.96, dan pengaruh tersebut dikategorikan sebagai pengaruh yang kuat ditunjukkan melalui nilai f square > 0.35.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa variabel yang dibahas memiliki hubungan antar masing-masing variabel tetapi dengan intensitas pengaruh yang beragam, dan hanya *Social Shopping* terhadap *Financial Behavior* yang memiliki kategori pengaruh yang kuat. Nilai t statistik juga dapat dilihat melalui gambar 3 yang merupakan Inner Model Results.

Uji R-Square

Dalam penelitian ini, dilakukan penggunaan uji koefisien determinasi R-Square untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel lain terhadap variabel endogen. Dari hasil analisis data yang dilakukan dengan menggunakan program smartPLS, diperoleh nilai R-Square seperti yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 7. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Social Shopping	0.204	0.195
Financial Behaviour	0.395	0.382

Sumber: PLS versi 3.2.9 Data diolah penulis

Melalui R Square pada tabel 7 di atas didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa R Square pada *Financial Behavior* sebesar 39%, ini mengartikan bahwa *Financial planning* dan *Social Shopping* yang dilakukan mahasiswa Universitas Advent Indonesia yang berada pada tingkat 3 dan tingkat 4 hanya mampu mempengaruhi *Financial Behavior* mahasiswa tersebut sebesar 39% saja dan 61% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Lalu didapatkan bahwa *Financial planning* hanya mampu mempengaruhi *Social Shopping* yang dilakukan mahasiswa Universitas Advent Indonesia yang berada pada tingkat 3 dan tingkat 4 sebesar 20% dan 80% merupakan pengaruh dari variabel yang sama sekali tidak dibahas pada penelitian ini.

Uji Pengaruh Mediasi Social Shopping

Indirect effect *financial planning* terhadap *Financial Behavior* melalui *Social Shopping* adalah $FP \rightarrow SS: Direct = 0.451$; $Indirect = 0.451 * 0.619 = 0.280$ (angka diambil dari gambar 2). Artinya pengaruh *Social Shopping* sebagai variabel mediasi antara *financial planning* dan *Financial Behavior* adalah 28%. Temuan ini menggambarkan bahwa *financial planning* berpengaruh terhadap *Financial Behavior* melalui *Social Shopping* sebanyak 28%.

KESIMPULAN

Melalui hasil dan pembahasan diatas, didapatkan bahwa terdapat pengaruh antara *Financial planning* terhadap *Social Shopping* dengan nilai t statistik $5.638 > 1.96$ dan nilai f square $0,256 < 0.35$ yang merupakan pengaruh tidak terlalu kuat. Didapatkan juga pengaruh antara *Financial planning* terhadap *Financial Behavior* dengan nilai t statistik $3.087 > 1.96$ dan nilai f square $0,001 < 0.02$ yang merupakan pengaruh lemah. Lalu didapatkan pengaruh antara *Social Shopping* terhadap *Financial Behavior* dengan nilai t statistik $7.715 > 1.96$ dan nilai f square $0,504 < 0.35$ yang merupakan pengaruh kuat. Dan didapatkan juga hasil dari R square yang menunjukkan *Financial planning* dan *Social Shopping* hanya 39% mampu mempengaruhi *Financial Behavior*, 61% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Lalu didapatkan R square yang menunjukkan *Financial planning* hanya 20% mampu mempengaruhi *Social Shopping*, 80% merupakan pengaruh dari variabel yang sama sekali tidak dibahas pada penelitian ini

REFERENSI

- Aitken, C. (2023). *Financial planning Explained*. Investec.
Akdeniz, C. (2015). *Financial planning Explained*. Can Akdeniz.

- Alexander, R., & Pamungkas, A. S. (2019a). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Lokus Pengendalian Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1, 97–111.
- Alexander, R., & Pamungkas, A. S. (2019b). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Lokus Pengendalian Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1, 97–111.
- Andoko, & Martok, Y. (2020). Explanatory Analysis Of *Financial planning* On Household *Financial Behavior*. *Journal Of Accounting & Management Innovation*, 4(2), 124–138.
- Ayu, A. (2021). *Seni Mengatur Keuangan Tips Cerdas Melakukan Perencanaan Keuangan*. Anak Hebat Indonesia.
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswaakuntansi)*, 1, 92–101.
- Barbosa, B., & Santos, J. D. (2022). O Papel Do *Social Shopping* Como Estratégia De E-Commerce. *Cadernos De Investigação Do Mestrado Em Negócio Eletrónico*, 2(1). https://doi.org/https://doi.org/10.56002/ceos.0054_cimne_1_2
- Budhiasa, S. (2016). *Analisis Statistik Multivariate Dengan Aplikasi Sem Pls*. Udayana University Press.
- Chen, H., Chen, H., & Tian, X. (2022). The Impact Of *Social Shopping* Feature Richness On Buying Intention: A Product Perspective. *Internet Research*, 32(4), 1378–1400. <https://doi.org/10.1108/Intr-05-2021-0313>
- Grabmeier, J. (2015). *70 Percent Of College Students Stressed About Finances*.
- Greenberg, J. (2016). *On Its 10th Birthday, A Short History Of Twitter In Tweets*, *Wired*. <https://www.wired.com/2016/03/10th-birthday-short-history-twitter-tweets/>, 16/06/2018.
- Grozdanovska, V., Bojkovska, K., & Jankulovski, N. (2017). Financial Management And *Financial planning* In The Organizations. *European Journal Of Business And Management*, 9, 120–125.
- Haryana, R. D. T. (2020a). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16, 29–36.
- Haryana, R. D. T. (2020b). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16, 29–36.
- Hasibuan, M. (2022). Analysis Of Consumption Behavior Using Social Commerce. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 195–202.
- Hassan, H., Hassan, J., Abdullah, S., & Abdullah, A. (2019). Social Commerce In Stimulating Buying Behavior Intention, Creating Compulsive Buying And Inducing Credit Card Debts Among Online Users. *Journal Of Physics: Conference Series*, 1529. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1529/3/032012>

- Lurtz, M., Kothakota, M., & Macdonald, M. (2017). A Theory Of *Financial planning*. *Ssrn Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3037524>
- Lusardi, A. (2015). Financial Literacy: Do People Know The Abcs Of Finance? *Public Understanding Of Science*, 24(3), 260–271.
- Mendes-Da-Silva, W. (2019). *Individual Behaviors And Technologies For Financial Innovations*. Springer International Publishing.
- Muliana, I. L., & Hashim, E. (2022). Examining The Effect Of Financial Management, Shopping Behavior On Financial Literacy Among University Students. *International Journal Of Finance, Economics And Business*, 1(1), 43–50. <https://doi.org/10.56225/ijfeb.V1i1.3>
- Mulyani, S., & Indriasih, D. (2021). *Cerdas Memahami Dan Mengelola Keuangan Bagi Masyarakat Di Era Informasi Digital*. Scopindo Media Pustaka.
- Oskar, D. P., Prinoya, R. W., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform Tiktok. *Jurnal Ekobistek*, 11(4), 442–447.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Mendes-Da-Silva, W. (2016). Development Of A Financial Literacy Model For University Students. *Management Research Review*, 39(3), 356–376. <https://doi.org/10.1108/Mrr-06-2014-0143>
- Pratama, G. W. (2023, January 16). *Banyak Mahasiswa Di Solo Terjerat Pinjol Akibat Literasi Finansial Rendah - Solopos.Com | Panduan Informasi Dan Inspirasi*. Solopos.Com Panduan Informasi Dan Inspirasi. <https://www.solopos.com/banyak-mahasiswa-terjerat-pinjol-akibat-literasi-finansial-rendah-1524564>
- Prihastuty, D. R., & Rahayuningsih, S. (2018). Pengaruh Financial Literacy, *Financial Behavior*, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Jurnal Hasil Penelitian Lppm Untag Surabaya*, 3(2), 121–134.
- Putri, Y. I., & Wiyanto, H. (2019). Keterkaitan Antara Pengetahuan Keuangan Dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Individu. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 917–925.
- Sari, D. A. (2015). Finalcial Literacy Dan Perilaku Keuangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Stie ‘Yppi’ Rembang). *Buletin Bisnis & Manajemen*, 01, 171–189.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Refika Aditama.
- Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., Revida, E., Ferinia, R., Butarbutar, M., Abdilah, L. A., Sudarso, A., Purba, B., Purba, S., Yuniwati, I., Hidayatulloh, A. N., Hm, I., & Suyuthi, N. F. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Medan:Yayasan Kita Menulis.
- Susanti, A., Ismunawan, Pardi, & Ardyan, E. (2017). Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, Dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Umkm Di Surakarta. *Telaah Bisnis*, 18(1), 45–56. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35917/tb.v18i1>

- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136–146. <https://doi.org/10.31294/jeco.v2i1>
- Vien, C. L. (2015). College Students Think They Manage Money Well, But They Don't, Survey Finds. *Journal Of Accountancy*. <https://www.journalofaccountancy.com/news/2015/sep/financial-literacy-skills-201512981.html>
- Wahyuni, R., Irfan, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Widener, K. N. (2017). Financial Management Issues Of College-Aged Students: Influences And Consequences. *Selected Honors Theses*, 4–28. <http://firescholars.seu.edu/honors/63>
- Yanto, H., Ismail, N., Kiswanto, K., Rahim, N. M., & Baroroh, N. (2021). The Roles Of Peers And Social Media In Building Financial Literacy Among The Millennial Generation: A Case Of Indonesian Economics And Business Students. *Cogent Social Sciences*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1947579>