

Financial Behavior Devon

by Febrine -

Submission date: 19-Feb-2023 08:43PM (UTC-0800)

Submission ID: 2018500328

File name: Jurnal__Devon_Shawa__Final.docx (264.43K)

Word count: 5811

Character count: 39053

Usul judul:

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

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, lalu terdapat pengaruh yang lemah antara Financial Planning terhadap Financial Behavior, dan terakhir terdapat pengaruh yang kuat antara Social Shopping terhadap Financial Behavior. Perilaku keuangan mahasiswa lebih dipengaruhi oleh social shopping yang mereka lakukan dibanding dengan perencanaan keuangan yang mereka lakukan, serta dapat disimpulkan juga perencanaan keuangan mahasiswa tersebut tidak terlalu dipengaruhi oleh social shopping yang mereka lakukan.

LATAR BELAKANG MASALAH

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 (Sari, 2015). 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 terjerat 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 pembelanjaan yang berlebihan, terlebih sudah banyak platform social media yang menawarkan harga yang cukup rendah dari pasaran. Pembelanjaan 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*?

KAJIAN TEORI

Financial Planning

Perencanaan Keuangan (*Financial Planning*) merupakan upaya untuk merumuskan dan menentukan rencana aksi untuk mencapai tujuan dan sasaran finansial, baik bagi individu maupun

Commented [MOU1]: PASTIKAN SEMUA ISTILAH ASING DI CETAK MIRING

organisasi. Hal ini biasanya dilakukan setelah individu atau organisasi menetapkan visi dan misi masa depan mereka. Dalam Perencanaan Keuangan, akan dicantumkan secara terperinci tahapan-tahapan, sumber daya yang dibutuhkan, serta peralatan dan fasilitas yang dibutuhkan untuk mencapai target keuangan dan batas waktu yang ditentukan (Akdeniz, 2015). Individu yang memiliki perencanaan keuangan akan dapat menentukan tujuan financial-nya berdasarkan pemahaman yang baik, serta akan merasakan keberhasilan dalam tujuan financial. Aitken (2023) berpendapat Perencanaan Keuangan dapat memfasilitasi penentuan dan pemahaman yang tepat terkait keputusan finansial. Melalui proses ini, individu dapat memahami bagaimana setiap keputusan yang diambil mempengaruhi aspek lain dari situasi finansial. Misalnya, membeli suatu produk tertentu dapat membantu mempercepat pembayaran hipotek, namun di sisi lain, hal ini juga dapat menunda masa pensiun atau mengurangi dana yang tersedia untuk diteruskan kepada keturunannya (Aitken, 2023).

Perencanaan Keuangan (*Financial Planning*) tidak hanya untuk mengelola keuangan pribadi dari individu, Perencanaan Keuangan juga menjadi peran penting dalam suatu organisasi atau sebuah perusahaan. Menurut Grozdanovska et al. (2017) menerangkan bahwa suatu Perencanaan Keuangan perusahaan adalah proses memperkirakan, mengarahkan, menyinkronkan, dan membagikan aktivitas keuangan organisasi dalam bentuk moneter untuk periode waktu tertentu. Tujuannya adalah memberikan ekspresi nilai dalam waktu dan ruang melalui perencanaan arus kas dan struktur keuangan organisasi (Grozdanovska et al., 2017).

Perencanaan keuangan memerlukan penentuan-penentuan yang tersusun dengan pemahaman financial masa mendatang yang memperhatikan beberapa tahapan, seperti yang disebutkan juga dalam Lurtz et al. (2017) bahwa Proses perencanaan keuangan memerlukan enam tahapan yang harus dilalui dengan cermat untuk memastikan hasil yang optimal. Tahap pertama adalah menentukan tujuan keuangan yang ingin di capai pada masa mendatang, lalu selanjutnya dapat dilakukan analisis situasi keuangan saat ini, setelah kedua tahapan tersebut dilakukan, maka akan dilakukan prioritas keuangan. Melalui prioritas keuangan tersebut akan membantu langkah selanjutnya yaitu membuat anggaran keuangan, maka dapatlah

Commented [MOU2]: Pakai istilah financial planning sj

dilaksanakan perencanaan keuangan tersebut melalui anggaran yang sudah ditentukan. Dan untuk memastikan *financial planning* tersebut terus berlangsung dengan baik maka harus dilakukan tinjauan secara berkala terhadap situasi yang mungkin saja berubah. (Lurtz et al., 2017).

Mendes-Da-Silva. (2019) Menjelaskan ada 5 faktor yang menentukan cara mengatur keuangan yang benar yaitu 1). Menetapkan maksud dan tujuan perencanaan keuangan melalui perencanaan bisnis. Titik awal dalam proses perencanaan adalah menetapkan maksud dan tujuan jangka panjang bisnis. Ini akan menetapkan apa yang ingin dicapai oleh bisnis dan harus memberi manajer arah yang jelas. 2). Mengidentifikasi opsi yang tersedia. Untuk mencapai tujuan dan sasaran jangka panjang yang telah ditetapkan, sejumlah opsi (strategi) yang mungkin tersedia untuk bisnis. Setiap opsi harus diidentifikasi dengan jelas, yang akan melibatkan pengumpulan berbagai informasi. Ini bisa sangat memakan waktu, terutama ketika bisnis sedang mempertimbangkan untuk memasuki pasar baru atau berinvestasi dalam teknologi baru. 3). Mengevaluasi pilihan dan membuat pilihan. Setiap pilihan harus diperiksa dalam konteks tujuan jangka panjang yang telah ditetapkan dan sumber daya yang tersedia. Dampak dari setiap opsi terhadap kinerja dan posisi keuangan di masa depan juga harus dipertimbangkan. Manajemen kemudian harus memilih opsi yang paling cocok untuk memberikan rencana jangka panjang bagi bisnis. Ini biasanya akan mencakup periode tiga sampai lima tahun. 4). Menyusun rencana jangka pendek. Dalam kerangka rencana jangka panjang (strategis), rencana jangka pendek (taktis) yang terperinci akan disusun untuk jangka waktu sampai dengan satu tahun. Ini membantu memastikan bahwa keputusan dan tindakan manajemen sehari-hari konsisten dengan rencana jangka panjang.

1.1 Financial Behavior

Perilaku keuangan (*Financial Behavior*) adalah ilmu yang dipengaruhi oleh bidang keilmuan seperti psikologi pribadi individu dalam mengelola dan menggunakan sumber daya keuangan yang ada padanya. Individu yang memiliki *financial behavior* yang bertanggung jawab akan memiliki tingkah laku dan kepribadian yang cenderung efektif dan efisien dalam keputusan keuangannya. Susanti et al. (2017)

Commented [MOU3]: Gunakan istilah bahasa inggris saja

mengemukakan bahwa Perilaku finansial individu merujuk pada kemampuan seseorang untuk mempertimbangkan dan merencanakan bagaimana mengelola keuangannya secara efektif, termasuk dalam hal memperoleh penghasilan, menabung secara teratur, mengambil risiko finansial yang sesuai dengan tingkat toleransi risiko, dan mengatur anggaran untuk memenuhi kebutuhan finansial jangka panjang (Susanti et al., 2017). Pengelolaan keuangan yang efektif dipegaruhi oleh kepribadian individu seseorang melalui beberapa faktor seperti perilaku yang kurang terkontrol akibat dari faktor-faktor eksternal. Ada beberapa aspek yang mempengaruhi *financial behavior* secara general seperti yang disebutkan oleh Suryanto (2017) bahwa Perilaku keuangan merupakan bidang ilmu yang tidak terpisahkan dari interaksi dengan berbagai disiplin ilmu lainnya, dan secara berkelanjutan terus berintegrasi dari berbagai disiplin ilmu tersebut sehingga pembahasannya tidak dilakukan isolasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan seseorang meliputi tiga aspek utama, yaitu psikologi, sosiologi, dan keuangan.

Ketidakmampuan seseorang dalam mengelola keuangan cenderung terkait dengan perilaku yang tidak optimal, seperti perilaku konsumtif berlebihan, pengambilan hutang yang tidak terencana, ketidaksiplinan dalam menabung, dan kebiasaan buruk lainnya. Maka dapat dirasakan bahwa *financial behavior* lebih dipengaruhi oleh psikologi seseorang dalam mengelola dan menggunakan keuangan. Menurut Prihastuty dan Rahayuningsih (2018) *financial behavior* adalah bidang ilmu yang mempelajari pola perilaku aktual manusia dalam pengambilan keputusan keuangan, terkhusus mempelajari bagaimana faktor psikologi tersebut dapat mempengaruhi individu seseorang dalam mengelola dan menggunakan keuangan sehingga menciptakan keputusan keuangan yang baik atau buruk, hal ini dapat mengacu pada pribadi maupun secara perusahaan dan pasar keuangan (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018). *Financial behavior* seseorang akan dapat berubah ditandai dengan aktivitas keuangan yang dilakukan, aktivitas keuangan tersebut akan dapat terkontrol apabila melakukan perencanaan yang baik tentang keuangan dan individu seseorang tersebut tidak mudah terpengaruh oleh perilaku konsumtif yang berlebihan, ada beberapa perilaku yang dapat didefinisikan sebagai *financial behavior*, seperti menurut Alexander dan Pamungkas (2019) Financial Behavior merujuk pada kemampuan individu untuk mengelola keuangan

44 mereka sehari-hari, melalui perencanaan, penganggaran, pengawasan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penempatan dana (Alexander & Pamungkas, 2019a).

Model perilaku keuangan diadaptasi dari pengembangan beberapa pertanyaan yang dikembangkan oleh Chen dan Volpe (1998), Johnson (2001), dan Shockey (2002) (Potrich et al., 2016) yaitu; 1). Saya Saya membayar tagihan/hutang saya tanpa penundaan; 2). Saya memiliki cadangan keuangan setidaknya tiga kali lipat penghasilan bulanan saya, yang dapat digunakan pada saat-saat yang tidak terduga (mis., orang tua tidak kirim uang/menganggur); 3) Saya mengendalikan pengeluaran; 4). Saya ketat mengatur keuangan saya.

Social Shopping

Salah satu kemajuan teknologi ditandai dengan kemunculan media berbelanja melalui sosial media yang sering disebut sebagai *Social Shopping*. Toko dapat memasarkan barang melalui social media dan akan tersebar luas hingga dapat menimbulkan daya tarik yang lebih apabila dibandingkan dengan harus berbelanja ketoko secara offline. Utami dan Firdaus (2018) mengatakan *social shopping* dapat memberi daya tarik yang lebih kepada konsumen dikarenakan akan memberi pengalaman-pengalaman berbelanja yang menguntungkan, diantaranya adalah kemudahan dalam pemesanan, kemudahan dalam 39 pembayaran, kecepatan pengiriman, serta faktor pendukung layanan lainnya yang mempermudah konsumen dalam berbelanja (Utami & Firdaus, 2018). 40 Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa social shopping adalah praktik memasarkan dan menjual produk melalui media social dengan menawarkan berbagai kemudahan dalam pengalaman berbelanja, sehingga menimbulkan daya tarik yang lebih bagi konsumen.

Daya tarik dari *social shopping* Tidak hanya melalui layanan pemesanan dan pembayaran yang mudah, tetapi dalam praktiknya akan ditemukan berbagai ulasan dan penilaian yang diberikan oleh beberapa orang yang terlebih dahulu membeli produk tersebut sehingga pengalaman berbelanja yang dirasakan akan lebih nyata melalui pengalaman orang lain. Chen et al. (2022) menyatakan Social shopping

adalah sebuah metode yang melibatkan dan menghubungkan konsumen satu sama lain melalui berbagai cara, memungkinkan mereka untuk terlibat dalam penemuan produk, berbagi, merekomendasikan, memberi rating, dan pembelian. Pendekatan ini telah terbukti sangat menguntungkan bagi penjual dan masyarakat (Chen et al., 2022). Segala daya tarik tersebut dapat memicu timbulnya perilaku yang kurang terkontrol, maka dalam melakukan praktik *social shopping* haruslah dibekali dengan pengetahuan akan pengaruh yang dapat disebabkan oleh *social shopping* itu sendiri. Barbosa dan Santos (2022) Mengungkapkan *social shopping* merupakan sebuah konsep yang menggunakan jejaring social sebagai platform interaksi. Dalam konsep ini, pengguna berpartisipasi aktif dengan berbagi informasi, menjual, membeli, dan membandingkan produk dan layanan, serta membantu pengguna lain dalam membelinya, baik di pasar maupun di komunitas online. Konsep ini bertujuan untuk mendukung interaksi sosial dan memanfaatkan kekuatan kolaborasi dalam menciptakan pengalaman belanja yang lebih efektif dan efisien (Barbosa & Santos, 2022).

Social shopping dapat diukur dengan 1). perilaku belanja sosial dilakukan melalui jejaring sosial di toko web berorientasi sosial vendor, di toko perantara khusus dan banyak lagi. 2). Pembeli yang menikmati belanja sosial. 3). Pembelian barang-barang sekunder (Greenberg, 2016).

Hubungan antar Variabel

Pengaruh Financial Planning terhadap Financial Behavior

Financial Planning terhadap *financial behavior* memiliki hubungan. Perencanaan keuangan yang terstruktur dengan baik dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang menjadi lebih positif. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pembentukan tujuan keuangan yang jelas dan terukur, baik untuk jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang. Ini didukung oleh penelitian (Andoko & Martok, 2020) bahwa perencanaan keuangan mempunyai efek yang positif terhadap perilaku keuangan. (Putri & Wiyanto, 2019)

juga membuktikan ³ terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perencanaan keuangan terhadap perilaku keuangan individu. ⁵¹ Lalu menurut (Susanti et al., 2017) bahwa *financial planning* berpengaruh positif terhadap *financial behavior* secara signifikan.

Dalam penelitian ini akan lebih ditekankan bagaimana perencanaan keuangan dari individu yang belum bekerja seperti mahasiswa dapat mempengaruhi perilaku keuangan mereka. Perencanaan keuangan tentu dapat dilakukan oleh setiap individu yang sudah bekerja maupun yang belum bekerja, tetapi praktiknya sering sekali ditemukan bahwa perilaku keuangan yang buruk ditemukan pada individu seperti pada mahasiswa dengan kurangnya perencanaan keuangan. Maka akan dibahas bagaimana *financial planning* dapat mempengaruhi *financial behavior* pada mahasiswa Universitas Advent Indonesia tingkat 3 dan 4.

¹⁰ H1 : Terdapat Pengaruh Positif antara *financial planning* terhadap *financial behavior* mahasiswa Universitas Advent Indonesia tingkat 3 dan 4

Pengaruh Financial Planning terhadap Social Shopping

Tentunya secara logis *financial planning* akan mempengaruhi *social shopping* dikarenakan apabila kurangnya perencanaan keuangan dalam individu maka akan menyebabkan tingkat *social shopping* yang tinggi akibat dari tidak adanya pengelolaan terhadap tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. (Haryana, 2020a) membuktikan bahwa *financial planning* berpengaruh negatif terhadap tingkat *social shopping* individu, penelitian tersebut membuktikan bahwa apabila individu yang tidak memiliki perencanaan keuangan melalui pengelolaan keuangan yang rendah akan meningkatkan *social shopping* individu. (Wahyuni et al., 2019) juga mendapatkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *financial planning* terhadap *social shopping*. Lalu menurut (Oskar et al., 2022) bahwa *financial planning* berpengaruh negatif signifikan terhadap *social shopping*.

Penelitian diatas tidak secara langsung menunjukkan hubungan antara *financial planning* terhadap *social shopping* tetapi terdapat pengaruh yang negatif dikarenakan apabila seorang individu yang tidak

menyiapkan perencanaan keuangan akan meningkatkan tingkat *social shopping* dari individu tersebut. Penelitian ini akan lebih membahas tentang bagaimana terdapatnya hubungan di antara *financial planning* yang dilakukan oleh mahasiswa terhadap *social shopping* yang dilakukan mahasiswa universitas advent Indonesia.

H2 : Terdapat Pengaruh Negatif antara *financial planning* terhadap *social shopping* mahasiswa Universitas Advent Indonesia tingkat 3 dan 4

Pengaruh Social Shopping terhadap Financial Behavior

Jika individu memiliki kebiasaan yang tidak terkontrol saat melakukan *social shopping*, hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku keuangan dari individu tersebut. Pada penelitian yang dilakukan (Yanto et al., 2021) menerangkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *social shopping* terhadap *financial behavior* seseorang melalui kebiasaan berinteraksi dari social media mengenai perbelanjaan. Menurut (Hasibuan, 2022) juga membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara *social shopping* terhadap *financial behavior* yang ditunjukkan saat individu melakukan interaksi melalui social media akan meningkatkan individu untuk melakukan *social shopping*, sehingga menyebabkan perilaku keuangan individu tersebut menjadi buruk. Lalu menurut (Hassan et al., 2019) terdapat pengaruh yang signifikan antara *social shopping* terhadap *financial behavior* dikarenakan individu yang melihat ulasan melalui platform social terbukti akan tertarik untuk melakukan pembelian sehingga menyebabkan perilaku keuangan yang buruk terjadi seperti perilaku konsumtif yang berlebihan dan berhutang.

Penelitian ini akan membahas bagaimana *social shopping* yang dilakukan oleh individu mahasiswa terhadap *financial behavior* individu tersebut. Berbeda dengan penelitian sebelum nya, penelitian ini akan membahas keseluruhan aspek perilaku keuangan yang dipengaruhi oleh tindakan *social shopping* yang tidak terkontrol yang dilakukan oleh mahasiswa universitas advent Indonesia.

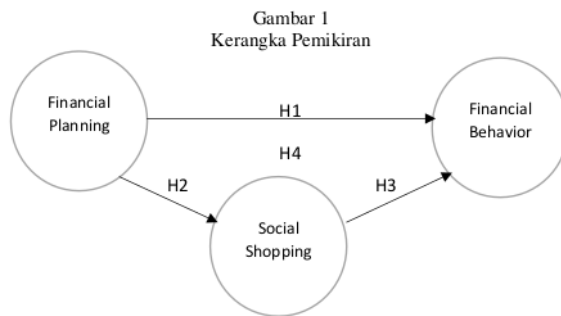
H3 : Terdapat Pengaruh Positif antara *social shopping* terhadap *financial behavior* mahasiswa Universitas Advent Indonesia tingkat 3 dan 4

Pengaruh *Financial Planning* terhadap *Financial Behavior* melalui *Social Shopping*

Teori tentang hubungan *financial planning*, *financial behavior* dan *social shopping* dinyatakan secara implisit dalam studi yang dilakukan oleh (Lusardi, 2015). Dengan memahami *financial planning* melalui literasi keuangan, diharapkan individu dapat membuat keputusan yang tepat untuk menciptakan kekayaan, mengatur pembelian dan pembayaran hutang, dan dana pensiun. Ada satu penelitian yang menyatakan secara implisit hubungan ketiga variabel di atas (Muliana & Hashim, 2022). Dalam penelitian pada mahasiswa dari Universitas Pendidikan Sultan Idris (UPSI), Malaysia bahwa ada hubungan yang positif namun lemah dan tidak signifikan antara manajemen keuangan terhadap perilaku berbelanja dan perilaku keuangan. Penelitian ini ingin meneliti secara eksplisit pengaruh *financial planning* terhadap *financial behavior* melalui *social shopping*.

H4 : Terdapat Pengaruh Positif antara *financial* terhadap *financial behavior* melalui *social shopping* pada mahasiswa Universitas Advent Indonesia tingkat 3 dan 4

Dari uraian hubungan antar variabel maka kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut (Gambar 1):



Metode Penelitian

Metodologi

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).

Sampel dan Teknik Pengumpulan Data

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.

Definisi Operasional

Definisi operasional *financial planning* diambil dari teori yang dipaparkan oleh Mendes-Da-Silva. (2019) yaitu 1). Menetapkan maksud dan tujuan perencanaan keuangan melalui perencanaan bisnis. Contoh pernyataan "Pernahkah Anda berpikir untuk membuat sebuah bisnis?" 2). Mengidentifikasi opsi yang tersedia. Contoh pernyataan adalah "Apakah Anda terpikir untuk berinvestasi sedini mungkin?" 3). Mengevaluasi pilihan dan membuat pilihan. Contoh pernyataan: "Apakah Anda memilih untuk menabung keuangan? 4). Menyusun rencana jangka pendek. Contoh pernyataan "Apakah Anda selalu merencanakan pencatatan keuangan *Cash in dan Cash out*?"

Definisi operasional *financial behavior* menggunakan pernyataan dari model perilaku keuangan yang diadaptasi dari Potrich et.al. (2016) yaitu 1). Saya membayar tagihan/hutang saya tanpa penundaan; 2). Saya memiliki cadangan keuangan setidaknya tiga kali lipat penghasilan bulanan saya, yang dapat digunakan pada saat-saat yang tidak terduga (mis., orang tua tidak kirim uang/menganggur); 3) Saya mengendalikan pengeluaran; 4). Saya ketat mengatur keuangan saya.

Definisi operasional *social shopping* diukur dengan 1). perilaku belanja sosial dilakukan melalui jejaring sosial di toko web berorientasi sosial vendor, di toko perantara khusus dan banyak lagi. Contoh pernyataan “ Saya kecanduan berbelanja *online*”. 2). Pembeli yang menikmati belanja sosial. Contoh pernyataan “Saya merasa kesal kalau belum mampu membeli barang secara *online*” 3). Pembelian barang-barang sekunder. Contoh pernyataan “Saya termasuk orang yang membeli barang *online* karena gengsi saja” (Greenberg, 2016).

Hasil

Statistik deskriptif

Financial Planning

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

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. 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.

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

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”. 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.

Financial Behaviour

Item	Jawaban					Mean	Stan Dev	Min	Max
	Tidak Pernah	Jarang	Pernah	Sering	Selalu				
FB1	12	9	16	23	32	18.4	9.2358	9	32
FB2	1	0	15	48	28	18.4	20.13206	0	48
FB3	1	0	7	54	30	18.4	23.3088	0	54
FB4	0	0	10	57	25	18.4	23.88095	0	57

Dapat dilihat melalui hasil statistik deskriptif untuk variabel *Financial Behaviour* pada setiap indikator didapatkan bahwa nilai maksimal setiap indikator beragam. Untuk setiap indikator didapatkan bahwa nilai maksimal berada pada jawaban “sering” dan “selalu”. 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 2
Outer Model Results



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 1
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

Dapat dilihat juga melalui hasil dari *Discriminant Validity* fornell-larcker criterion pada tabel 2 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 2
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

Uji Reliabilitas

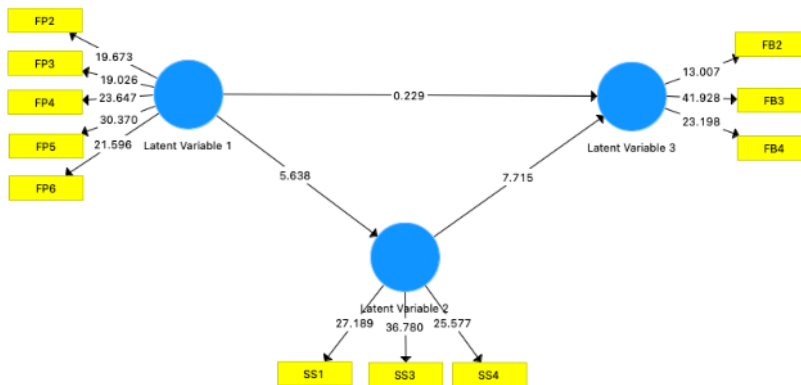
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis tes reliabilitas yaitu tes *Cronbach Alpha* dan tes *Composite Reliability*. Tes *Cronbach Alpha* digunakan untuk mengukur nilai reliabilitas terendah (*lower-bound*) dari data. Untuk dapat dikatakan bahwa data memiliki kualitas yang baik, nilai alpha 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.

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



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 3
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

Melalui hasil dari tabel 3 diata 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 Behaviour* 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 Behaviour* 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 Behaviour* 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 Behaviour* dikarenakan nilai t statistik > 1.96, dan pengaruh tersebut dikategorikan sebagai pengaruh yang kuat ditunjukkan melalui nilai f square > 0.35.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel yang dibahas memiliki hubungan antar masing-masing variabel tetapi dengan intensitas pengaruh yang beragam, dan hanya *Social Shopping* terhadap *Financial Behaviour* 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 4
R Square

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

Melalui R Square pada tabel 2 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.

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 Behaviour* 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 Behaviour* 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.

Daftar Pustaka

- 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 Mahasiswa Akuntansi)*, 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
- Budhiana, 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 Ekobistik*, 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 'YPPPI' 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/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>

Financial Behavior Devon

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.coursehero.com Internet Source	3%
2	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
3	www.researchgate.net Internet Source	1%
4	media.neliti.com Internet Source	1%
5	Umi Farida Febriani, Rini Sugiarti. "Pengaruh Kontrol Diri dan Dukungan Sosial Orang Tua terhadap Kedisiplinan pada Siswa SMK Dengan Motivasi Belajar sebagai Variabel Intervening", PHILANTHROPY: Journal of Psychology, 2021 Publication	1%
6	core.ac.uk Internet Source	1%
7	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%

8	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
9	ejournal.iainbengkulu.ac.id Internet Source	<1 %
10	123dok.com Internet Source	<1 %
11	journal.uir.ac.id Internet Source	<1 %
12	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
13	journal.uwks.ac.id Internet Source	<1 %
14	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
15	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
16	ojs.cahayamandalika.com Internet Source	<1 %
17	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
18	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
19	jurnal.unej.ac.id Internet Source	<1 %

20	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %
21	zombiedoc.com Internet Source	<1 %
22	etd.umy.ac.id Internet Source	<1 %
23	ejournal.upnvj.ac.id Internet Source	<1 %
24	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
25	jim.unsyiah.ac.id Internet Source	<1 %
26	ccna-preparation.blogspot.com Internet Source	<1 %
27	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1 %
28	afidburhanuddin.wordpress.com Internet Source	<1 %
29	konsultasiskripsi.com Internet Source	<1 %
30	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
31	www.scribd.com Internet Source	<1 %

32	journal2.um.ac.id Internet Source	<1 %
33	blogaanwati.wordpress.com Internet Source	<1 %
34	bundarunny.blogspot.com Internet Source	<1 %
35	digilib.uns.ac.id Internet Source	<1 %
36	docplayer.info Internet Source	<1 %
37	litapdimas.kemenag.go.id Internet Source	<1 %
38	mmt.its.ac.id Internet Source	<1 %
39	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
40	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
41	repository.unmuha.ac.id:8080 Internet Source	<1 %
42	www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
43	Dina Lorensa Prawin, Yosefina Marice Fallo, Bernadina Metboki, Boanerges Putra	<1 %

Sipayung. "Efektivitas Distribusi Pupuk Bersubsidi di Kecamatan Biboki Monleu Kabupaten Timor Tengah Utara (Studi Kasus Desa Oepuah)", Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian, 2022

Publication

44

Lisna Devi, Sri Mulyati, Indah Umiyati. "PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, PENGALAMAN KEUANGAN, TINGKAT PENDAPATAN, DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN", JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society), 2021

Publication

<1 %

45

ejournal-medan.uph.edu

Internet Source

<1 %

46

ejournal.binausadabali.ac.id

Internet Source

<1 %

47

ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id

Internet Source

<1 %

48

journal.untar.ac.id

Internet Source

<1 %

49

jurnal.stmikasia.ac.id

Internet Source

<1 %

50

mvdw.org

Internet Source

<1 %

51

ocs.upnvj.ac.id

Internet Source

<1 %

52

repository.usd.ac.id

Internet Source

<1 %

53

www.uny.ac.id

Internet Source

<1 %

54

repository.its.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Financial Behavior Devon

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24
