

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *FINANCIAL SELF-EFFICACY*, *LOCUS OF CONTROL*, *PARENTAL INCOME*, DAN *LOVE OF MONEY* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR*: *LIFESTYLE* SEBAGAI MEDIASI

Mawalia 'Ulumudiniati

Universitas Negeri Surabaya

mawalia.18111@mhs.unesa.ac.id

Nadia Asandimitra

Universitas Negeri Surabaya

nadiaharyono@unesa.ac.id

Abstract

Thrifty can be used as an indication that someone has good financial management behavior. This research aims to investigate the influence of financial literacy, financial self-efficacy, locus of control, parental income, love of money on financial management behavior and lifestyle as mediating variables of Z Generation Thriftier in East Java. The type of research used is quantitative conclusive causality, and data analysis technique used Structural Equation Model (SEM) with Amos 24 software. The number of samples obtained was 264 respondents by using purposive and snowball sampling techniques and taken from an online questionnaire. The findings show that there is no influence of parental income on financial management behavior, but there is an influence of financial literacy, financial self-efficacy, locus of control, love of money and lifestyle on financial management behavior. In addition, financial literacy influences lifestyle, and lifestyle mediate between financial literacy and financial management behavior. Therefore, the results of this research can be contributed as a reference for all parties, especially Z Generation Thriftier in East Java to improve their skills, abilities and responsibilities for making the right financial decisions and managing their finances better.

Keywords: financial literacy; financial self-efficacy; lifestyle; locus of control; love of money.

PENDAHULUAN

Fashion merupakan komponen yang selalu melekat di kehidupan manusia sehari-hari. Sifat *fashion* adalah dinamis, dan cepat berubah, *fashion* yang dipakai hari ini akan berubah usang ketika besok (Chaturvedi, 2020). Ini membuat tren *fashion* cepat mengalami transformasi dari waktu ke waktu. Salah satu pengaruhnya adalah munculnya konsumsi *fashion* bekas terutama *vintage* (Cervellon *et al.*, 2012). Munculnya tren ini sebagai efek kritik dari *fast fashion* yang berdampak negatif terhadap lingkungan (McNeill & Moore, 2015). Sebelumnya tren *fashion* barang bekas memiliki konotasi negatif, namun sekarang sudah populer bahkan selebriti ikut andil dalam meningkatkan citra barang bekas (Cassidy & Bennett, 2012; Cervellon *et al.*, 2012). Selain itu, kegiatan konsumsi barang bekas atau *thrifting* telah menjadi tren di beberapa negara (Machado *et al.*, 2019). Fenomena ini secara konsisten tumbuh di mana pada tahun 2025 total nilai penjualan pakaian bekas secara global diprediksi mencapai \$77 miliar (ThredUp, 2020). Peningkatan tersebut adalah dampak dari konsumsi barang bekas sebagai alternatif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan terhadap *fashion* (Hur, 2020).

Indonesia merupakan salah satu negara yang tengah menggandrungi tren *thrifting*. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah impor barang tekstil sudah jadi, set, pakaian bekas dan barang tekstil bekas dari tahun 2017-2021 berturut-turut sebesar 39.353 ton, 36.971 ton, 48.811,5 ton, 47.073 ton, dan 52.413 ton per juli 2021 (BPS, 2021). Peningkatan impor ini didukung dengan banyaknya toko *fashion* bekas baik *online* maupun *offline* (Dewi & Hardiyanto, 2020). *Survey marketplace Carousell* terkait tren barang bekas berkualitas juga menunjukkan 8 dari 10 orang Indonesia bersedia untuk membeli barang bekas (Azizah & Rezkisari, 2017). Begitu pula salah satu provinsi di Indonesia yaitu Jawa Timur tak luput dari tren *thrifting*. Hampir di setiap kabupaten dan kota di Jawa Timur terdapat penjual *fashion* bekas (*thrift seller*). Selain itu, terdapat *Jatim Thriftshop Community* yang merupakan komunitas *thrift seller* terbesar di Jawa Timur dengan tujuan sebagai wadah *thrift seller* ketika ada *thrift event* di Jawa Timur dan setiap kali diadakan *thrift event* tersebut pun tidak pernah sepi pengunjung (Fauzi, 2021).

Mawalia 'Ulumudiniati & Nadia Asandimitra. Pengaruh *Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, dan Love of Money* terhadap *Financial Management Behavior: Lifestyle* sebagai Mediasi

Saat ini, konsumen barang bekas (*Thrifter*) didominasi dari generasi milenial dan Z. Sebanyak 42% dari *Thrifter* dan 53% dari generasi milenial dan Z mengatakan akan berencana menghabiskan lebih banyak untuk membeli barang bekas dalam 5 tahun kedepan. Generasi ini telah mengubah caranya berbelanja, tidak keberatan membeli barang bekas berkualitas, dan memiliki *mindset* baru mengenai konsumsi pakaian seperti dari *disposable* menjadi *reusable*, *single owner* menjadi *multiple owners*, dan *throwaway* menjadi *sell*. Lalu, pascapandemi ini, 51% dari *Thrifter* menentang limbah lingkungan dan 60% lebih menentang membuang-buang uang. Sekarang, mereka lebih peduli terhadap lingkungan, dan menyimpan uang menjadi prioritas utama (ThredUp, 2020). Sementara itu, dalam membeli barang bekas, setiap *Thrifter* memiliki motivasi yang berbeda seperti motivasi kritis, rekreasi, tren *fashion*, dan ekonomi (Ferraro *et al.*, 2016). Umumnya, *Thrifter* kelas sosial atas dengan pendidikan dan pendapatan tinggi cenderung membeli barang bekas kategori *vintage* yang langka dengan inisiatif nostalgia, sedangkan *Thrifter* kelas sosial bawah dengan pendapatan rendah cenderung membeli barang bekas dengan inisiatif berhemat (Cervellon *et al.*, 2012). Karakteristik *Thrifter* di Indonesia pun hampir sama dengan negara lainnya, mereka membeli barang bekas dengan alasan menemukan produk unik dengan harga menarik sehingga hemat biaya (Azizah & Rezkisari, 2017).

Pada dasarnya berhemat merupakan kegiatan pengendalian serta pengawasan terhadap setiap pengeluaran uang (Tyas & Listiadi, 2021). Dengan berhemat mengindikasikan seseorang memiliki *financial management behavior* yang baik (Putri & Rahmi, 2019). Menurut Joseph (2020) *financial management behavior* ialah suatu cara dan tanggung jawab seseorang dalam mengelola dananya. Setiap individu terutama *Thrifter* generasi Z pasti memerlukan perilaku manajemen keuangan untuk mengelola dananya yang terbatas. Terlebih lagi bagi generasi Z, hemat bukan hanya cara berbelanja, namun merupakan gaya hidup. Generasi Z ingin mandiri, menyelamatkan lingkungan, menghemat dan menghasilkan uang serta mendapat pakaian lucu dengan harga yang lebih murah (ThredUp, 2020). Dalam penerapan perilaku manajemen keuangan, tentunya *Thrifter* generasi Z dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Faktor tersebut menarik untuk diteliti, sehingga dapat mengetahui faktor pendorong atau motivasi *Thrifter* generasi Z di Jawa Timur melakukan *thrifting*. Ada beberapa faktor yang mampu memengaruhi *financial management behavior* seseorang. Faktor-faktor tersebut meliputi *locus of control, financial literacy, lifestyle* (Sari, 2021), *love of money* (Atika & Rohayati, 2017), *financial self-efficacy* (Waspada & Mulyani, 2020), dan *parental income* (Khairani & Alfarisi, 2019).

Financial literacy merupakan seluruh wawasan keuangan seseorang yang digunakan untuk mengelola keuangannya (Asandimitra & Kautsar, 2020). Waspada & Mulyani (2020) menunjukkan semakin tinggi *financial literacy*, maka tingkat keterampilan dan kualitas pengambilan keputusan akan semakin baik, dan pengaruhnya *financial management behavior* akan semakin baik pula. Hasil tersebut didukung Ameliawati & Setiyani (2018), Baptista (2021), Pramedi & Haryono (2021), Rahman & Risman (2021) dan Sari (2021). Berbeda dari Kusnandar & Kurniawan (2020) dan Sampoerno & Asandimitra (2021) yang menyatakan *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan.

Financial self-efficacy merupakan kepercayaan atau keyakinan seseorang terhadap dirinya sendiri bahwa ia mempunyai kapabilitas dalam mengelola keputusan keuangan dan mampu menentukan keputusan yang efisien (Ahmad *et al.*, 2019). Penelitian Ahmad *et al.* (2019) dan Waspada & Mulyani (2020) menunjukkan seseorang dengan *financial self-efficacy* yang tinggi, maka akan semakin tinggi tingkat motivasi pencapaian tujuan dan rasa tanggung jawab keuangannya, sehingga semakin baik pula perilaku manajemen keuangannya. Namun, penelitian Pramedi & Haryono (2021) menunjukkan hasil berbeda di mana *financial self-efficacy* tidak memengaruhi perilaku manajemen keuangan.

O'Connor & Kabadayi (2020) berpendapat *locus of control* ialah sejauh mana seseorang yakin bahwa setiap keberhasilan atau kegagalan adalah hasil tindakannya sendiri baik berada atau tidak berada di bawah kendalinya. Fatmawati & Lutfi (2021) memperlihatkan semakin tinggi tingkat *locus of control*, maka semakin tinggi pula tingkat tanggung jawab seseorang terhadap setiap perilaku keuangannya seperti berhemat, menabung, dan teliti dalam mengelola keuangan. Hasil tersebut dikuatkan penelitian Bapat (2020), Pradiningtyas & Lukiasuti (2019), Sampoerno & Asandimitra (2021), dan Sari (2021).

Namun, berlainan dengan penelitian Baptista (2021), dan Prihartono & Asandimitra, (2018) di mana tidak ada pengaruh antara *locus of control* terhadap perilaku pengelolaan keuangan.

Menurut Khairani & Alfarisi (2019), *parental income* adalah tingkat pendapatan yang diperoleh orang tua dalam jangka waktu satu bulan baik dari upah, gaji maupun hasil usaha. Penelitian Khairani & Alfarisi (2019) menunjukkan seseorang dengan *parental income* tinggi, ia cenderung kurang bertanggung jawab terhadap keuangannya sehingga memiliki perilaku manajemen keuangan yang buruk. Hasil ini berbeda dengan penelitian Herdjiono & Damanik (2016), dan Putri & Rahmi (2019) di mana *parental income* tidak memengaruhi perilaku manajemen keuangan.

Love of money berkaitan dengan tingkat kecintaan seorang individu atas uang, dan persepsi seberapa penting uang bagi kehidupannya (Rudy *et al.*, 2020). Semakin tinggi tingkat *love of money* seseorang berakibat pada semakin positif perilaku keuangannya seperti memiliki sikap kehati-hatian dalam mengalokasikan dan menganggarkan uang (Tang, 2007). Hasil ini sesuai penelitian Atika & Rohayati (2017). Namun, penelitian Rudy *et al.* (2020) memiliki hasil yang bertolak belakang di mana *love of money* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

Rahman & Risman (2021) mengemukakan *lifestyle* sebagai suatu pola hidup dan gambaran perilaku yang diekspresikan melalui minat, opini, dan aktivitas dalam berbelanja dan mengalokasikan waktunya. Penelitian Kusnandar & Kurniawan (2020) dan Sari (2021) menyatakan seseorang dengan gaya hidup hemat dan sederhana, ia akan mempunyai *financial management behavior* yang baik. Namun, seseorang dengan gaya hidup konsumtif dan hedonis, ia akan mempunyai *financial management behavior* yang buruk (Sampoerno & Asandimitra, 2021). Namun, kedua hasil tersebut berlainan dengan penelitian Rahman & Risman (2021) di mana *lifestyle* tidak memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan.

Lifestyle memediasi *financial literacy* terhadap *financial management behavior*. Seseorang dengan literasi keuangan yang tinggi, maka akan terbentuk gaya hidup yang baik. Hal itu berimplikasi terhadap terbentuknya *financial management behavior* yang terampil, bijak, bertanggung jawab serta terhindar dari masalah *financial* (Kusnandar & Kurniawan, 2020). Hasil penelitian Kusnandar & Kurniawan (2020) juga membuktikan *financial literacy* berpengaruh signifikan positif terhadap *lifestyle*. Berbeda dari penelitian Sekararum *et al.* (2018) di mana *financial literacy* tidak mampu memengaruhi *lifestyle*.

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *locus of control*, *parental income*, dan *love of money* terhadap *financial management behavior* dengan *lifestyle* sebagai variabel mediasi *Thirftier* generasi Z di Jawa Timur.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior

Theory of planned behavior menurut Ajzen (1991) ialah teori yang digunakan guna memprediksi dan memahami niat dan perubahan perilaku seseorang. Dalam teori ini, terdapat faktor latar belakang yang mampu memengaruhi niat dan perubahan perilaku seseorang. Faktor tersebut antara lain faktor personal mencakup pandangan hidup, sikap, kepribadian, kecerdasan dan emosi, faktor sosial terdiri dari pendidikan, *income*, gender, usia, agama, dan etnis serta faktor informasi terdiri dari media, pengetahuan, dan pengalaman (Ajzen, 2005).

Social Cognitive Theory

Social cognitive theory dikembangkan oleh Bandura (1977) dengan dasar bahwa proses sosial maupun kognitif sangat penting dalam memahami emosi, motivasi, serta tindakan manusia. Perspektif teori ini menganggap manusia sebagai *human agency* yang mampu merubah ataupun memengaruhi peristiwa dengan aksinya dan terciptanya *self-efficacy* merupakan salah satu komponen yang esensial bagi *human agency* (Bandura, 1977). Bandura (1989) menjelaskan bahwa keyakinan (*self-efficacy*) memengaruhi kognitif dan pola pikir individu yang mampu membantu ataupun menghalangi suatu perilaku. Bagi teori

Mawalia 'Ulumudiniati & Nadia Asandimitra. Pengaruh *Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, dan Love of Money* terhadap *Financial Management Behavior: Lifestyle* sebagai Mediasi

ini, *self-efficacy* bukan hanya tahu perilaku yang harus dilakukan, namun juga harus memiliki keterampilan dan keyakinan akan kemampuannya dalam melakukan suatu kinerja.

Social Learning Theory

Social learning theory mewakili upaya untuk mengintegrasikan antara teori penguatan dan teori kognitif (perilaku) (Rotter, 1960; Rotter, 1966). Teori ini berkaitan dengan pilihan yang dibuat seseorang ketika dihadapkan sebuah kemungkinan dan cara-cara alternatif dalam berperilaku. Suatu perilaku tidak terjadi di ruang hampa atau tidak terjadi begitu saja. Selain faktor internal, faktor eksternal juga mampu memengaruhi perilaku. Sehingga, individu akan selalu memberikan reaksi pada aspek internal maupun lingkungan eksternalnya (Rotter, 1966).

Value and Lifestyle

Value, and lifestyle (VALS) merupakan teori sistem klasifikasi (tipologi) gaya hidup. VALS berkaitan dengan cara pandang seseorang berdasarkan sikap, kebutuhan, keinginan, keyakinan serta demografinya. Tipologi VALS didasarkan pada kebutuhan psikologis batin (nilai) dan pola respon perilaku (gaya hidup) yang diprediksi oleh nilai-nilai mereka. Tipologi ini membagi orang menjadi sembilan gaya hidup, yang dikelompokkan menjadi empat kategori berdasarkan citra diri, aspirasi, nilai dan keyakinan serta produk yang mereka gunakan (Shih, 1986).

Financial Management Behavior

Setiap perilaku manusia yang relevan dengan manajemen keuangan didefinisikan sebagai *financial management behavior* (Xiao, 2008). Menurut Adiputra & Patricia (2020) perilaku manajemen keuangan ialah cara berperilaku seseorang ketika dihadapkan pada pengambilan keputusan yang berkaitan dengan keuangan seperti merencanakan, mengelola, menabung, dan mengambil posisi yang tepat dalam hal keuangan untuk menciptakan kemakmuran finansial. *Financial management behavior* berkaitan erat dengan tanggung jawab seseorang atas pengelolaan dana keuangannya (Joseph, 2020; Waspada & Mulyani, 2020). Perilaku manajemen keuangan yang baik bisa diukur dari empat indikator yaitu *cash flow, consumption, manajemen utang* (kredit), tabungan dan investasi (Dew & Xiao, 2011).

Financial Literacy

Financial literacy merupakan tingkatan sejauh mana seseorang paham mengenai konsep keuangan, memiliki kemampuan serta kepercayaan diri untuk mengelola keuangan melalui pengambilan keputusan jangka pendek dan perencanaan jangka panjang yang tepat dengan memperhatikan peristiwa dan perubahan kondisi perekonomian (Remund, 2010). Menurut Oanea & Dornean (2012), *financial literacy* mencakup pengetahuan minimal seseorang tentang konsep keuangan serta kemampuannya dan keterampilannya menggunakan pengetahuan tersebut dalam kehidupan pribadi, dan menyadari konsekuensi dari perilaku keuangannya. Ada beberapa indikator untuk mengukur *financial literacy* yaitu *general knowledge, insurance, investment, saving and borrowing* (Chen & Volpe, 1998).

Financial Self-Efficacy

Financial self-efficacy ialah suatu keyakinan individu bahwa ia memiliki keterampilan keuangan dan berhasil dalam mengelola keuangannya (Brandon & Smith, 2009). Menurut Forbes & Kara (2010), *financial self-efficacy* merupakan kepercayaan atau keyakinan seseorang dalam kemampuannya mencapai tujuan keuangan. Dalam mengukur *financial self-efficacy*, indikator yang digunakan meliputi keyakinan kemampuan perencanaan keuangan, manajemen keuangan dan pencapaian setiap tujuan keuangan, keahlian pengambilan keputusan keuangan tak terduga, keyakinan kondisi keuangan di masa mendatang, serta keahlian menghadapi setiap tantangan keuangan (Lown, 2011).

Locus of Control

Locus of control berkaitan dengan sikap seseorang yang yakin bahwa segala sesuatu atau peristiwa yang terjadi pada dirinya adalah hasil dari perilakunya sendiri (Pradiningtyas & Lukiastuti, 2019). Kemudian, Prihartono & Asandimitra (2018) juga mendefinisikan *locus of control* sebagai suatu kepercayaan atau keyakinan seseorang yang berkaitan dengan kemampuan dan keterampilannya dalam mengendalikan diri atas berbagai peristiwa yang terjadi dengan dasar kendali internal dan kendali eksternal kemudian

mengambil tindakan untuk menentukan keberhasilan atau kegagalan. Indikator dalam mengukur *locus of control* mencakup kemampuan memecahkan masalah, dorongan eksternal, kontrol diri, hasil di masa mendatang tergantung perilaku saat ini, percaya diri mampu melakukan apapun, tidak berdaya menghadapi masalah, dan kemampuan mengubah sesuatu yang penting.

Parental Income

Parental income merupakan semua pendapatan baik dalam bentuk uang atau barang yang diterima orang tua yang didapat dari pekerjaan ataupun usaha dengan tujuan mencukupi kebutuhan keluarga (Putri & Rahmi, 2019). Menurut Khairani & Alfarisi (2019), *parental income* adalah tingkat pendapatan yang diperoleh orang tua dalam jangka waktu satu bulan baik dari upah, gaji maupun hasil usaha. Dapat disimpulkan, *parental income* merupakan penghasilan, pendapatan, ataupun imbalan dalam bentuk gaji, upah atau penerimaan lain baik dari pekerjaan ataupun hasil usaha yang diterima orang tua dalam jangka waktu satu bulan guna mencukupi kebutuhan. Penghasilan yang diperoleh orang tua dan jumlah alokasi uang saku menjadi indikator untuk mengukur *parental income* (Putri & Rahmi, 2019).

Love of Money

Menurut Tang *et al.* (2008), *love of money* ialah keinginan, nilai, hasrat, aspirasi, dan sikap seseorang terhadap uang, makna uang baginya yang digunakan baik untuk kebutuhan, keserakahan atau materialisme. *Love of money* berkaitan dengan tingkat kecintaan seorang individu atas uang, dan persepsi seberapa penting uang baginya. (Rudy *et al.*, 2020). Mengacu pada penelitian Du & Tang (2005), tingkat *love of money* seseorang dapat diukur menggunakan *Love of Money Scale* (LOMS) meliputi kekayaan, kesuksesan, motivasi dan arti penting uang.

Lifestyle

Lifestyle didefinisikan sebagai pola khas dari karakteristik perilaku pribadi dan sosial dari individu atau kelompok (Veal, 1993). Menurut Rahman & Risman (2021), *lifestyle* merupakan suatu pola hidup dan gambaran mengenai perilaku seseorang yang diekspresikan melalui minat, opini, dan aktivitas dalam hal pengeluaran uang dan alokasi waktunya. Menurut Sumarwan (2002), *lifestyle* dapat diukur dengan sistem psikografik meliputi *activities, interest, dan opinion* (AIO).

Hubungan antar Variabel

Theory of planned behavior melandasi pengaruh *financial literacy* terhadap *financial management behavior*. Literasi keuangan termasuk bagian dari faktor latar belakang informasi yang dapat mendorong niat seseorang untuk berperilaku (Ajzen, 2005). Seseorang dengan pengetahuan mengenai konsep keuangan yang baik, ia akan mudah untuk mengatur keuangannya (Baptista, 2021). Kemudian, seseorang dengan *financial literacy* yang tinggi, maka tingkat keterampilan dan kualitas pengambilan keputusan akan semakin baik, dan hal itu memengaruhi *financial management behavior* yang baik pula (Waspada & Mulyani, 2020). Sesuai dengan penelitian Ameliawati & Setiyani (2018), Baptista (2021), Pramedi & Haryono (2021), Rahman & Risman (2021) Sari (2021), dan Waspada & Mulyani (2020) di mana literasi keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Namun berlainan dengan Kusnandar & Kurniawan (2020), dan Sampoerno & Asandimitra (2021) di mana literasi keuangan tidak memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan, karena seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi, belum tentu memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang baik.

H1: *Financial literacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior* *thriffter* generasi Z.

Social cognitive theory menjadi dasar pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior* di mana perspektif teori ini memandang manusia sebagai *human agency*, dan faktor esensial bagi *human agency* ialah *self-efficacy* (Bandura, 1977). Ketika tingkat *self-efficacy* atau keyakinan diri seseorang akan kemampuannya tinggi, ia akan termotivasi untuk melakukan semua cara agar tujuannya bisa tercapai. Ini juga berlaku dalam hal keuangan, semakin tinggi tingkat *financial self-efficacy* maka semakin bertanggung jawab individu dalam mengelola keuangannya, sehingga *financial management behavior* semakin baik pula (Asandimitra & Kautsar, 2020). Hasil ini diperkuat Ahmad *et al.* (2019) dan Waspada & Mulyani (2020) di mana *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan positif terhadap

Mawalia 'Ulumudiniati & Nadia Asandimitra. Pengaruh *Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, dan Love of Money* terhadap *Financial Management Behavior: Lifestyle* sebagai Mediasi

perilaku manajemen keuangan. Namun kesimpulan berbeda ditunjukkan Pramedi & Haryono (2021) di mana *financial self-efficacy* tidak memengaruhi perilaku manajemen keuangan, karena tingkat kepercayaan seseorang tidak bisa menentukan baik buruknya perilaku manajemen keuangan seseorang.

H2: *Financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior thrifter* generasi Z.

Social learning theory melandasi pengaruh *locus of control* terhadap *financial management behavior* di mana di dalam teori ini mengintegrasikan antara teori penguatan dan teori kognitif (perilaku) (Rotter, 1966). *Locus of control* merujuk pada sejauh mana seseorang yakin dan percaya bahwa ia mampu mengontrol dan mengendalikan peristiwa yang memengaruhinya (Ida & Dwinta, 2010). Seseorang dengan tingkat *locus of control* yang baik, ia akan lebih bertanggungjawab atas perilaku keuangannya seperti berhemat, menabung, dan lebih teliti dalam mengelola keuangan (Fatmawati & Lutfi, 2021). Selaras dengan penelitian Bapat (2020), Fatmawati & Lutfi (2021), Pradiningtyas & Lukiasuti (2019), Sampoerno & Asandimitra (2021), dan Sari (2021) di mana *locus of control* berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Namun penelitian Baptista (2021) dan Prihartono & Asandimitra (2018) menyatakan hasil berbeda di mana *locus of control* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan, sebab rendahnya tingkat *locus of control* belum tentu berpengaruh terhadap buruknya perilaku pengelolaan keuangan seseorang.

H3: *Locus of control* berpengaruh terhadap *financial management behavior Thrifter* generasi Z.

Theory of planned behavior melandasi pengaruh *parental income* terhadap *financial management behavior* di mana *parental income* termasuk bagian dari faktor latar belakang sosial yang dapat mendorong niat seseorang untuk berperilaku (Ajzen, 2005). Tinggi rendahnya *parental income* bisa memengaruhi tinggi rendahnya kontribusi uang saku yang diperoleh seseorang (Herdjiono & Damanik, 2016). Besarnya uang saku yang diperoleh mampu memengaruhi perilaku keuangan, tingkat persepsi, pengeluaran, dan tanggung jawabnya dalam mengelola keuangan. Seseorang dengan jumlah uang saku tinggi, cenderung kurang bertanggung jawab terhadap keuangan, sehingga memiliki *financial management behavior* yang buruk. Sebaliknya, seseorang dengan uang saku yang cukup, ia akan lebih bertanggung jawab dalam mengelola keuangan, sehingga memiliki *financial management behavior* yang baik (Cahyani & Rochmawati, 2021). Sesuai penelitian Khairani & Alfarisi (2019) di mana *parental income* berpengaruh signifikan negatif terhadap *financial management behavior*. Berbeda dari Herdjiono & Damanik (2016) dan Putri & Rahmi (2019) di mana *parental income* tidak memengaruhi *financial management behavior*. Alasannya, orang tua dengan penghasilan tinggi belum tentu mengalokasikan uang saku yang tinggi pula. Sehingga, tingkat distribusi uang saku anak yang relatif sama berpengaruh pada *financial management behavior* yang relatif sama pula.

H4: *Parental income* berpengaruh terhadap *financial management behavior thrifter* generasi Z.

Pengaruh *love of money* terhadap *financial management behavior* berdasar pada *theory of planned behavior* di mana *love of money* termasuk komponen *attitude toward the behavior* (sikap terhadap perilaku) yang dapat mendorong niat seseorang untuk berperilaku (Ajzen, 2005). *Love of money* identik dengan *money attitude* di mana keduanya berkaitan dengan persepsi seberapa penting uang bagi seseorang dan bagaimana uang mampu memotivasi niat perilakunya. *Love of money* berperan penting sebagai kerangka acuan pendirian seseorang. Persepsi dan pemahaman seseorang mengenai kecintaan uang akan menumbuhkan perilaku positif ataupun negatif. Semakin tinggi tingkat *love of money* seseorang, maka akan terbentuk perilaku manajemen keuangan yang semakin baik seperti memiliki sikap kehati-hatian dalam mengalokasikan dan menganggarkan uang (Tang, 2007). Hasil ini diperkuat penelitian Atika & Rohayati (2017) di mana *love of money* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *financial management behavior*. Namun, berlainan dengan Rudy *et al.* (2020) di mana *love of money* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

H5: *Love of money* berpengaruh terhadap *financial management behavior thrifter* generasi Z.

Pengaruh *life style* terhadap *financial management behavior* dilandasi oleh *value and lifestyle* (VALS). Modernisasi telah menuntut seseorang untuk hidup mengikuti *trend*. Adanya *trend* bisa merubah gaya hidup seseorang, dan berdampak pada pembentukan sikap dan perilakunya. Seseorang dengan gaya hidup baik seperti hemat dan sederhana, akan memiliki perilaku keuangan yang baik. Sejalan dengan penelitian Kusnandar & Kurniawan (2020) dan Sari (2021), *lifestyle* berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku manajemen keuangan. Sedangkan seseorang dengan gaya hidup tinggi seperti konsumtif dan hedonis, akan memiliki perilaku keuangan yang buruk. Seperti penelitian Sampoerno & Asandimitra (2021) di mana *lifestyle* berpengaruh signifikan negatif terhadap perilaku manajemen keuangan. Berbeda dari penelitian Rahman & Risman (2021) di mana *lifestyle* tidak mampu memengaruhi perilaku manajemen keuangan. Alasannya meskipun seseorang memiliki latar belakang dan gaya hidup yang beragam namun perilaku manajemen keuangannya tetap relatif sama.

H6: *Lifestyle* berpengaruh terhadap *financial management behavior* *thriftier* generasi Z.

Financial literacy bisa memengaruhi gaya hidup seseorang. *Financial literacy* yang tinggi akan mengarah pada *lifestyle* yang terkendali (Sekararum *et al.*, 2018). Idealnya, *financial literacy* yang tinggi akan membentuk gaya hidup sederhana dan hemat. Ini sesuai penelitian Kusnandar & Kurniawan (2020) di mana *financial literacy* berpengaruh positif terhadap *lifestyle*. Konteks *high lifestyle* disini merupakan gaya hidup secara ekonomi, peduli lingkungan dan bijak dalam menghabiskan waktu dan uangnya (Theodora & Marti, 2016). Berbeda dengan hasil penelitian Sekararum *et al.* (2018) di mana *financial literacy* tidak memengaruhi *lifestyle*, sebab meskipun tingkat *financial literacy* seseorang berbeda-beda (tinggi atau rendah), namun gaya hidup yang dianut tetap sederhana dan hemat.

H7: *Financial literacy* berpengaruh terhadap *lifestyle* *thriftier* generasi Z.

Literasi keuangan yang tinggi akan membentuk perilaku manajemen keuangan yang baik. Namun, gaya hidup memiliki dampak positif atau negatif. Ketika seseorang memiliki *financial literacy* yang tinggi, maka akan terbentuk suatu gaya hidup yang baik pula (positif), dan akhirnya berdampak terhadap terbentuknya perilaku manajemen keuangan yang terampil, bertanggung jawab serta bisa terhindar dari masalah *financial* (Kusnandar & Kurniawan, 2020). Hasil penelitian Kusnandar & Kurniawan (2020) membuktikan *lifestyle* memediasi antara *financial literacy* dengan *financial management behavior*.

H8: *Financial literacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior* melalui *lifestyle* *thriftier* generasi Z.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian kuantitatif desain konklusif kausalitas dengan jenis data primer dan sumber data merupakan hasil tanggapan responden yang didapat melalui kuesioner yang disebar secara *online* menggunakan media *google form*. Terdapat lima variabel independen, meliputi *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *locus of control*, *parental income*, dan *love of money*, satu variabel mediasi, yaitu *lifestyle* dan satu variabel dependen yaitu *financial management behavior*. Populasi ialah *Thriftier* generasi Z berdomisili di wilayah Provinsi Jawa Timur yang pernah melakukan kegiatan *thrifting* atau membeli *fashion* bekas. Penentuan sampel melalui dua cara yaitu *purposive sampling* dengan menetapkan kriteria tertentu pada sampel dan *snowball sampling* dengan memilih sampel secara acak lalu sampel tersebut mengikutsertakan temannya menjadi sampel. Kriteria sampel ialah *thriftier* generasi Z yang berdomisili di wilayah Provinsi Jawa Timur, baik laki-laki ataupun perempuan dengan kategori usia muda antara 15-24 tahun, pernah melakukan kegiatan *thrifting*, dan masih ditunjang pendapatan orang tua. Skala *likert* skor 1 sampai 5 digunakan sebagai alat ukur setiap item pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden. Data sampel yang terkumpul berjumlah 264 responden, dan seluruh sampel sudah sesuai kriteria. Analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan *software* Amos 24. Tahap pengujian pertama ialah uji prasyarat dengan uji outlier dan normalitas, kemudian dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas. Tahap selanjutnya ialah uji

Mawalia 'Ulumudiniati & Nadia Asandimitra. Pengaruh *Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, dan Love of Money* terhadap *Financial Management Behavior: Lifestyle* sebagai Mediasi

kelayakan model melalui pengamatan parameter *goodness of fit*. Ketika model berhasil dikatakan layak atau *good fit* maka akan dilanjutkan ke uji hipotesis, uji mediasi dengan *sobel-test*, dan uji determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji *Structural Equation Model*

Hasil uji outlier ditunjukkan dari nilai *mahalonobis distance* dengan kriteria data outlier apabila $p2 \leq 0,002$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua data pada penelitian ini dengan jumlah 264 sampel telah lolos uji outlier dengan nilai $p2 > 0,002$, atau tidak ada data dengan nilai $p2 \leq 0,002$.

Hasil uji normalitas ditunjukkan dari output *assessment of normality* dengan kriteria normal apabila memenuhi syarat *maximum likelihood* dengan nilai *critical ratio skewness* -2,58 sampai +2,58 ($\pm 2,58$). Hasil uji menunjukkan terdapat item yang tidak memenuhi syarat normal $\pm 2,58$ yaitu FL1, FL2, FL4, FL5, LOC4, PI2, LOM1, LOM2, dan LS1, sehingga item tersebut harus dieliminasi. Setelah dilakukan *running* ulang, data telah berdistribusi normal dan *multivariate normality* menunjukkan berdistribusi normal dengan nilai 2,157. Dapat diketahui bahwa data pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas secara *multivariate* dan *univariate normality* dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

Uji validitas dilakukan melalui uji *convergent validity*, *Variance Extracted (AVE)* dan *discriminant validity* dengan kriteria valid apabila lebih dari 0,5 ($> 0,5$). Secara *convergent validity* ada item yang tidak valid sebab memiliki *standardized loading factor* $< 0,5$ yaitu FSE6, LOC2, LS6, FMB1, FMB3, FMB4, FMB7, dan FMB11, sehingga harus dieliminasi dari model. Setelah eliminasi, secara *convergent validity* setiap item sudah valid. Hasil pengujian AVE juga menunjukkan seluruh variabel telah memenuhi kriteria valid dengan nilai AVE $> 0,5$. *Discriminant validity* juga menunjukkan setiap variabel telah valid karena nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi dari nilai korelasi antar variabel.

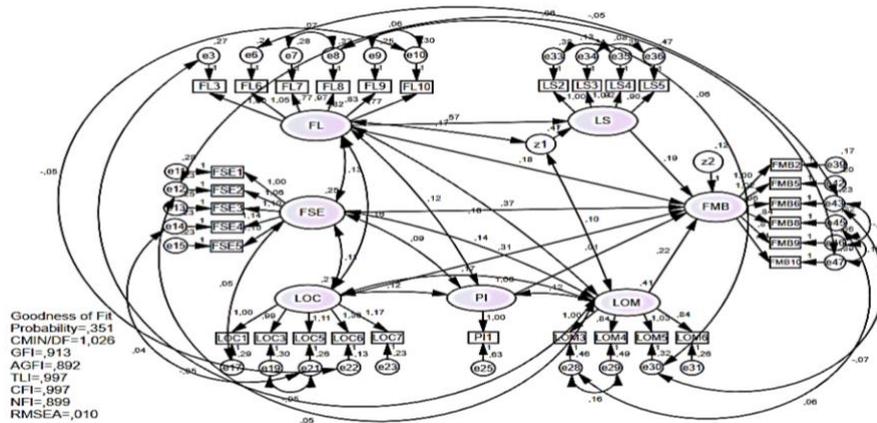
Uji reliabilitas dilakukan melalui uji *Construct Reliability (CR)* dengan kriteria reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$. Hasil pengujian membuktikan semua variabel reliabel karena memiliki nilai CR $> 0,70$ yaitu *financial management behavior* (0,861), *financial literacy* (0,858), *financial self-efficacy* (0,858), *locus of control* (0,839), *love of money* (0,808) dan *lifestyle* (0,821). Namun, variabel *parental income* (0,613) memiliki reliabilitas dengan nilai antara 0,60-0,70 (yang dipersyaratkan). Dapat disimpulkan bahwa setiap variabel penelitian ini bisa dipergunakan sebagai parameter penelitian.

Tabel 1.
HASIL UJI GOODNESS OF FIT

No	<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut off Value</i>	Hasil	Kriteria
1	<i>Probability</i>	$> 0,05$	0,351	<i>Good fit</i>
2	CMIN/DF	≤ 2	1,026	<i>Good fit</i>
3	GFI	$\geq 0,90$	0,913	<i>Good fit</i>
4	AGFI	$\geq 0,90$	0,892	<i>Marginal</i>
5	TLI	$\geq 0,90$	0,997	<i>Good fit</i>
6	CFI	$\geq 0,90$	0,997	<i>Good fit</i>
7	NFI	$\geq 0,90$	0,899	<i>Good fit</i>
8	RMSEA	$\leq 0,08$	0,010	<i>Good fit</i>

Sumber: AMOS 24 (2021, data diolah)

Suatu model dapat dikatakan layak jika parameter *goodness of fit* meliputi *probability*, CMIN/DF, GFI, AGFI, TLI, CFI, NFI dan RMSEA menunjukkan hasil *good fit*. Hasil pengujian pertama CMIN/DF, TLI, CFI, dan RMSEA menunjukkan hasil *good fit*, namun *probability*, GFI, AGFI, dan NFI masih tergolong jauh dari *cut off value*. Maka perlu dilakukan modifikasi model dengan cara menghubungkan nilai *error* terbesar berdasarkan output *correlation error*. Setelah dilakukan modifikasi, dapat dilihat tabel 1, ada tujuh parameter yaitu *probability*, CMIN/DF, GFI, TLI, CFI, NFI dan RMSEA dengan hasil *good fit*, dan satu parameter AGFI dengan hasil marginal. Berdasarkan hasil tersebut, model dapat dikatakan *fit* dan diterima, dan menghasilkan model akhir sebagaimana pada gambar 1.



Sumber: AMOS 24 (2021, data diolah)

Gambar 1. HASIL MODEL AKHIR

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *critical ratio* (C.R) dan taraf *probability*. Hipotesis dapat diterima apabila nilai *critical ratio* (C.R) > 2,00 dengan taraf *probability* (p) < 0,05. Dapat diamati pada tabel 2. bahwa H1 diterima dengan C.R 2,259 > 2,00 dan *probability* 0,024 < 0,05, H2 diterima dengan C.R 4,717 > 2,00 dan *probability* 0,000 < 0,05, H3 diterima dengan C.R 2,876 > 2,00 dan *probability* 0,004 < 0,05, H4 ditolak dengan C.R 0,367 < 2,00 dan *probability* 0,714 > 0,05, H5 diterima dengan C.R 2,917 > 2,00 dan *probability* 0,004 < 0,05, H6 diterima dengan C.R 2,816 > 2,00 dan *probability* 0,005 < 0,05, dan H7 diterima dengan C.R 3,742 > 2,00 dan *probability* 0,000 < 0,05.

Tabel 2.
HASIL UJI HIPOTESIS

Hipotesis	Variable	Estimate	S.E.	C.R.	P
H1	FMB ← FL	,176	,078	2,259	,024
H2	FMB ← FSE	,367	,078	4,717	***
H3	FMB ← LOC	,310	,108	2,876	,004
H4	FMB ← PI	,013	,036	,367	,714
H5	FMB ← LOM	,220	,076	2,917	,004
H6	FMB ← LS	,185	,066	2,816	,005
H7	LS ← FL	,570	,152	3,742	***

Sumber: AMOS 24 (2021, data diolah)

Uji mediasi dilakukan melalui prosedur uji Sobel (*Sobel test*). Pengujian menghasilkan nilai *probability* 0,025 < 0,05 dengan nilai *z-value* 2,245 > 1,96. Ini membuktikan H8 diterima dengan konklusi *financial literacy* mampu memengaruhi *financial management behavior* melalui *lifestyle*. Pengaruh mediasi ini adalah mediasi partial (*partial mediation*) di mana secara langsung maupun tak langsung *financial literacy* memengaruhi *financial management behavior* baik melalui maupun tak melalui mediasi.

Uji determinasi ditunjukkan dari nilai *R-square* yang dihasilkan oleh *software* Amos 24. Nilai *r-square* (*estimates*) variabel *financial management behavior* adalah 0,687 (68,7%). Ini membuktikan *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *locus of control*, *parental income*, *love of money* dan *lifestyle* berkontribusi terhadap *financial management behavior* sebesar 0,687 (68,7%), dan sisanya sebesar 0,313 (31,3%) dijelaskan variabel lain di luar penelitian seperti *financial knowledge* dan *financial attitude* (Prihartono & Asandimitra, 2018), *financial socialization* (Tsuroyya & Nuryana, 2013), *personality* (Humaira & Sagoro, 2018), teman sebaya (Wicaksono & Nuryana, 2020), dan sebagainya.

Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Financial Management Behavior*

Hipotesis H1 diterima di mana *financial literacy* terbukti memiliki pengaruh terhadap *financial management behavior*. Ini dikarenakan responden pada penelitian ini yaitu *thriftier* generasi Z

didominasi dari mahasiswa yang umumnya dipandang memiliki *financial literacy* yang tinggi. Sejalan dengan tanggapan responden di mana mayoritas responden menjawab setuju pada setiap item pernyataan variabel *financial literacy*. Ini menunjukkan sebagian besar responden membenarkan item pernyataan tersebut dan memahami pengetahuan mengenai konsep keuangan dengan baik. Hasil tanggapan juga menunjukkan *financial literacy* yang tinggi berdampak terhadap *financial management behavior* yang tinggi pula. Ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya *financial literacy* memiliki efek dan implikasi terhadap baik buruknya perilaku manajemen keuangan responden. Hasil ini sesuai dengan *theory of planned behavior* di mana faktor latar belakang informasi yaitu pengetahuan dapat mendorong niat seseorang untuk berperilaku (Ajzen, 2005). Seseorang yang memiliki pengetahuan mengenai konsep keuangan dengan baik, maka tingkat keterampilan dan kualitas pengambilan keputusan akan baik, mudah mengatur dan mengendalikan keuangan, serta tahu kapan waktu menggunakan kartu kredit, menabung, dan berinvestasi, sehingga implikasinya *financial management behavior* akan baik pula. Maka dari itu, *thritier* generasi Z hendaknya meningkatkan lagi literasi keuangannya khususnya terkait investasi dan asuransi agar mampu melakukan pengelolaan keuangan lebih baik lagi. Temuan ini mendukung penelitian Ameliawati & Setiyani (2018), Baptista (2021), Pramedi & Haryono (2021), Rahman & Risman (2021) Sari (2021), dan Waspada & Mulyani (2020).

Pengaruh *Financial Self-Efficacy* terhadap *Financial Management Behavior*

Hipotesis H2 diterima di mana *financial self-efficacy* mampu memengaruhi *financial management behavior*. *Thriftier* generasi Z memiliki rasa kepercayaan dan keyakinan yang tinggi atas berbagai hal yang berkaitan dengan keuangannya. Sejalan dengan tanggapan responden di mana mayoritas menanggapi sangat setuju dan setuju pada setiap item pernyataan *financial self-efficacy*. Ini menunjukkan mayoritas responden mempunyai tingkat *self-efficacy* yang tinggi akan kemampuannya dalam melakukan perencanaan dan pencapaian tujuan keuangan, pengambilan keputusan keuangan tak terduga, menghadapi setiap tantangan keuangan, dan manajemen keuangan yang baik. Dapat dilihat pula mayoritas responden memberikan tanggapan yang sama-sama tinggi pada setiap item pernyataan *financial self-efficacy* dan *financial management behavior*. Artinya, tinggi rendahnya *financial self-efficacy* memiliki dampak terhadap baik buruknya perilaku pengelolaan keuangan. Hasil ini sesuai dengan *social cognitive theory* di mana bagi teori ini *self-efficacy* merupakan salah satu penentu bagaimana individu berperilaku (Bandura, 1977). *Self-efficacy* mendasari keyakinan individu akan kemampuannya berperilaku tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Seseorang dengan *financial self-efficacy* yang tinggi di mana ia yakin akan kemampuannya dalam hal keuangan, ia akan lebih termotivasi untuk mencapai setiap tujuan keuangan, serta lebih bijak dan bertanggung jawab dalam manajemen keuangannya. Oleh sebab itu, *thritier* generasi Z sebaiknya meningkatkan lagi *self-efficacy* khususnya dalam melakukan perencanaan keuangan, mengelola keuangan, dan mencapai setiap tujuan keuangan yang direncanakan agar mampu melakukan pengelolaan keuangan lebih baik lagi. Hasil penelitian ini diperkuat oleh Ahmad *et al.* (2019) dan Waspada & Mulyani (2020).

Pengaruh *Locus of Control* terhadap *Financial Management Behavior*

Hipotesis H3 diterima di mana *locus of control* terbukti memberikan pengaruh terhadap *financial management behavior*. *Thriftier* generasi Z memiliki tingkat kontrol diri yang baik dan menganggap segala sesuatu yang terjadi di hidupnya merupakan dampak dari perilakunya. Mayoritas responden memiliki kemampuan untuk memecahkan dan menghadapi setiap masalah keuangan, mampu melakukan apapun yang ada di pikirannya, dan mampu mengubah peristiwa penting yang akan berguna bagi masa depan. Sebagian responden juga setuju dan beranggapan *thrifting* sebagai alternatif untuk mengontrol setiap pengeluaran keuangannya. Selain itu, hasil tanggapan juga menunjukkan *locus of control* yang tinggi berdampak terhadap *financial management behavior* yang tinggi pula. Sehingga tinggi rendahnya *locus of control* mampu memengaruhi keberhasilan perilaku manajemen keuangan. Hasil ini sesuai dengan *social learning theory* di mana *locus of control* dianggap sebagai salah satu penentu harapan keberhasilan perilaku dalam memecahkan dan menangani masalah dan apakah perilaku tersebut dianggap sebagai alat pencapaian tujuan (Rotter, 1966). Seseorang dengan tingkat *locus of control* yang tinggi, ia akan lebih bertanggung jawab, lebih teliti, mampu memecahkan dan menghadapi setiap masalah keuangan, dan mampu melakukan pengendalian (*controlling*) terhadap setiap pengeluaran keuangannya. Sebab itu, *thriftier* generasi Z hendaknya meningkatkan lagi *locus of*

control-nya, karena faktor tersebut mampu berdampak positif terhadap *financial management behavior*. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Bapat (2020), Fatmawati & Lutfi (2021), Pradiningtyas & Lukiastuti (2019), Samporno & Asandimitra (2021) dan Sari (2021).

Pengaruh Parental Income terhadap Financial Management Behavior

Hipotesis H4 ditolak di mana *parental income* terbukti tidak mampu memengaruhi *financial management behavior*. Penyebabnya terletak pada perbedaan jumlah penghasilan orang tua dan jumlah distribusi uang saku yang diterima responden. Dapat diketahui bahwa mayoritas responden mendapatkan jumlah uang saku dengan kategori rendah sebesar kurang dari Rp 750.000, -. Data dari *crossstabulation* antara penghasilan orang tua dengan jumlah uang saku menunjukkan meskipun penghasilan orang tua tinggi, namun jumlah uang saku yang diberikan kepada responden bukan termasuk kategori tinggi. Ini membuktikan tinggi rendahnya penghasilan orang tua, belum tentu berdampak terhadap tinggi rendahnya kontribusi uang saku yang diberikan kepada anaknya. Sejalan dengan penelitian Herdjiono & Damanik (2016) dan Putri & Rahmi (2019) bahwa *parental income* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*, di mana orang tua yang berpenghasilan tinggi belum tentu mengalokasikan uang saku yang tinggi pula untuk anaknya. Rendahnya tingkat jumlah uang saku seseorang berdampak terhadap ketersediaan dana yang dimilikinya untuk berbagai kegiatan keuangan seperti mengontrol pengeluaran, menabung, dan berinvestasi yang relatif sama dan tetap. Sehingga rendahnya distribusi uang saku pun memiliki implikasi terhadap *financial management behavior* yang relatif sama pula meskipun pendapatan orang tua responden berbeda. Maka dari itu, meskipun tinggi rendahnya *parental income* tidak dapat menjamin individu memiliki pengelolaan keuangan yang baik, namun *Thriftier* generasi Z tetap direkomendasikan untuk lebih meningkatkan pengelolaan keuangannya dengan beberapa hal seperti berhemat, menabung, dan berinvestasi.

Pengaruh Love of Money terhadap Financial Management Behavior

Hipotesis H5 diterima di mana *love of money* terbukti memiliki pengaruh terhadap *financial management behavior*. Responden *thriftier* generasi Z memandang uang sebagai aspek yang penting, bernilai, dan menarik, sehingga memiliki banyak uang merupakan suatu hal yang bagus bagi kehidupannya. Mayoritas responden berpersepsi memiliki banyak uang sebagai simbol dari kesuksesan, mencerminkan prestasi dan mewakili setiap pencapaian yang telah dilakukan, serta sebagai perbandingannya terhadap orang lain. Selain itu, faktor uang juga menjadi alasan *thriftier* generasi Z melakukan *thrifting* sekaligus sebagai penguatnya untuk lebih bekerja keras khususnya dalam menghasilkan uang. Baik buruknya *financial management behavior* dapat dipengaruhi tinggi rendahnya *love of money*. Sejalan dengan tanggapan mayoritas responden di mana *love of money* yang tinggi berakibat terhadap *financial management behavior* yang tinggi pula. Ini sesuai dengan *theory of planned behavior* di mana persepsi seseorang terhadap uang merupakan salah satu komponen dari sikap terhadap perilaku (*attitude of toward behavior*) yang dapat mendorong niat seseorang untuk berperilaku (Ajzen, 2005). Persepsi seseorang terhadap uang dapat mendorong motivasi berperilakunya baik positif maupun negatif. Seseorang dengan tingkat kecintaan uang yang tinggi akan memiliki *financial management behavior* yang baik seperti selalu berpikir panjang dalam mengambil setiap keputusan, tidak boros dan lebih berhati-hati dalam manajemen keuangan. Maka, *thriftier* generasi Z hendaknya meningkatkan lagi kecintaannya terhadap uang, sebab faktor tersebut mampu berbuah positif terhadap *financial management behavior*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Atika & Rohayati (2017).

Pengaruh Lifestyle terhadap Financial Management Behavior

Hipotesis H6 diterima di mana *lifestyle* mampu memengaruhi *financial management behavior*. Gaya hidup seseorang bisa diamati dari kebiasaan, aktivitas, minat, serta opininya mengenai kegiatan dan peristiwa di sekitarnya. *Thriftier* generasi Z pada dasarnya memiliki gaya hidup hemat. Hal ini dilihat dari kebiasaannya sering melakukan *thrifting* sebagai manifestasi dari gaya hidup hemat. Selain itu, *Thriftier* generasi Z merasa tertarik dan senang jika waktunya dihabiskan untuk *thrifting*. Baginya, *thrifting* dianggap sebagai pilihan alternatif dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginannya terhadap *fashion* dengan kondisi keuangannya yang terbatas. Hasil ini sesuai dengan *value and lifestyle* di mana penentuan kebutuhan hidup seseorang didasarkan atas teori hierarki kebutuhan hidup (Shih, 1986). Semakin tinggi nilai yang dianut, maka pola respon perilaku (gaya hidup) akan sesuai dengan kebutuhan

Mawalia 'Ulumudiniati & Nadia Asandimitra. Pengaruh *Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, dan Love of Money* terhadap *Financial Management Behavior: Lifestyle* sebagai Mediasi

dan akan berdampak terhadap jalannya *financial management behavior*. Sejalan dengan tanggapan responden di mana *lifestyle* yang tinggi berpengaruh terhadap *financial management behavior* yang tinggi pula. Seseorang dengan gaya hidup yang baik seperti hemat dan sederhana, akan memiliki perilaku keuangan yang baik. Ini berarti, baik buruknya *lifestyle* akan berpengaruh terhadap baik buruknya *financial management behavior*. Sehingga, *Thrifter* generasi Z sebaiknya meningkatkan lagi sikap hemat dan sederhana serta mempertimbangkan kembali dan lebih membiasakan diri dengan *thrifting* agar perilaku pengelolaan keuangannya semakin baik lagi kedepannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan Kusnandar & Kurniawan (2020) dan Sari (2021).

Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Lifestyle*

Hipotesis H7 diterima di mana terdapat pengaruh antara *financial literacy* terhadap *lifestyle*. *Financial literacy* yang tinggi akan mendorong suatu gaya hidup yang baik, hemat, peduli lingkungan dan bijak dalam menggunakan uangnya. Pengetahuan dan pemahaman seseorang yang tinggi mengenai konsep keuangan, konteks prioritas penggunaan waktu dan uang, perencanaan, pengelolaan dan pemanfaatan keuangan, maka secara tak langsung akan mendorong terbentuknya gaya hidup yang baik. Dapat dilihat responden pada penelitian ini adalah generasi Z di mana memiliki gaya hidup yang cenderung cepat berubah. Selain itu, responden adalah *Thrifter* generasi Z yang aktif, tertarik, dan senang melakukan *thrifting* di mana era *sustainability* telah memengaruhi gaya hidupnya. Pengaruh literasi telah membawa mereka ke *mindset* baru mengenai *sustainability* yang mana berkaitan erat dengan *thrifting*. Saat ini, *Thrifter* generasi Z telah mengubah pola pikirnya mengenai berbelanja dan lebih memprioritaskan berhemat. Terlebih lagi, di era pandemi ini, generasi Z lebih peduli terhadap lingkungan, dan menyimpan uang telah menjadi prioritas utama. Maka, *Thrifter* generasi Z hendaknya lebih meningkatkan lagi literasi keuangannya terkait penghematan dan membiasakan diri dengan menabung, berinvestasi, dan asuransi agar mampu membentuk gaya hidup yang lebih baik lagi. Hasil penelitian ini didukung oleh Kusnandar & Kurniawan (2020).

Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Financial Management Behavior* Melalui *Lifestyle*

Hasil uji *sobel-test* membuktikan H8 diterima di mana *financial literacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior* melalui *lifestyle*. Pada penelitian ini, *financial literacy* mampu memengaruhi *financial management behavior* baik melalui *lifestyle* maupun tidak melalui *lifestyle*. Penyebabnya, responden *Thrifter* generasi Z didominasi dari mahasiswa di mana dipandang memiliki literasi yang tinggi. Selain itu, *Thrifter* generasi Z telah menganggap hemat sebagai gaya hidup. Hubungannya adalah literasi yang tinggi akan mendorong semakin tingginya nilai-nilai yang dianut sehingga pola respon perilaku (gaya hidup) akan semakin baik, dan berpengaruh terhadap *financial management behavior* yang baik pula. Idealnya, ketika seseorang memiliki dan memahami pengetahuan mengenai konsep keuangan dengan baik, maka akan terbentuk suatu gaya hidup yang baik seperti hemat, dan sederhana. Akhirnya akan berdampak terhadap terbentuknya perilaku manajemen keuangan yang terampil, bertanggung jawab, bijak dalam mengambil setiap keputusan keuangan, serta mampu terhindar dari masalah *financial*. Ini didukung dari hasil tanggapan responden di mana mereka sering melakukan perencanaan keuangan, menabung, menyediakan dana darurat, membayar tagihannya tepat waktu, dan menghindari berhutang. Sehingga, *thrifter* generasi Z sebaiknya meningkatkan lagi literasi keuangan, dan nilai-nilai hemat yang dianut, agar gaya hidupnya semakin baik dan mampu melakukan pengelolaan keuangan lebih baik lagi. Hasil penelitian ini dikuatkan Kusnandar & Kurniawan (2020).

KESIMPULAN

Hasil penelitian membuktikan terdapat pengaruh antara variabel *financial literacy, financial self-efficacy, locus of control, love of money* dan *lifestyle* terhadap *financial management behavior*. Selain itu, *financial literacy* memengaruhi *lifestyle*, dan *lifestyle* terbukti memediasi *financial literacy* terhadap *financial management behavior*. Ini dikarenakan mayoritas responden didominasi oleh mahasiswa di mana dipandang memiliki *financial literacy* yang tinggi. Selain itu, responden *Thrifter* generasi Z merupakan pribadi yang hemat, cinta terhadap uang, percaya diri akan kemampuannya dan didukung dengan tingkat pengendalian diri yang baik mengenai segala hal yang berkaitan dengan keuangan, sehingga implikasinya perilaku manajemen keuangannya semakin baik pula. Hasil lain membuktikan

parental income tidak memberi pengaruh terhadap *financial management behavior*, karena meskipun setiap orang tua memiliki penghasilan berbeda, namun rendahnya distribusi uang saku yang relatif sama berimplikasi terhadap perilaku pengelolaan keuangan yang relatif sama pula.

Implikasi penelitian ini berkontribusi terhadap pemikiran *thriftier* generasi Z agar lebih memahami *financial management behavior* beserta faktor-faktor yang memengaruhinya sehingga keterampilan, kemampuan dan tanggung jawabnya dalam mengelola keuangan bisa semakin baik. *Thriftier* generasi Z disarankan untuk meningkatkan literasi keuangannya khususnya terkait investasi dan asuransi, serta meningkatkan *financial self-efficacy*, *locus of control* dan kecintaannya atas uang agar kedepannya tidak boros, lebih berhati-hati, bertanggung jawab serta bijak dalam mengelola keuangan. Selain itu, *thriftier* generasi Z hendaknya lebih membiasakan diri dengan *thrifting*, menabung, berinvestasi dan menyediakan dana darurat. OJK (Otoritas Jasa Keuangan) hendaknya melakukan sosialisasi, edukasi maupun pelatihan kepada *thriftier* terutama generasi Z untuk meningkatkan literasi keuangan, *locus of control*, dan rasa kepercayaan diri akan kemampuan dan keterampilannya dalam mengelola keuangan. Lalu, perlu juga ditanamkan pemahaman mengenai pentingnya uang dan gaya hidup hemat, serta bagaimana implikasinya terhadap perilaku manajemen keuangan. Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel lain seperti *financial knowledge*, *financial attitude*, *financial socialization*, *personality*, *teman sebaya* dan lainnya. Selain itu, sebaiknya dilakukan perluasan responden baik secara umur maupun wilayah, atau meneliti objek lain seperti pada *thriftier* generasi milenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. G., & Patricia, E. (2020). The Effect of Financial Attitude, Financial Knowledge, and Income on Financial Management Behavior. *Proceedings of the Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2019)*, 439(Ticash 2019), 107–112. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.019>
- Ahmad, A., Butt, B. S., Moazzam, & Iram, S. (2019). Drivers Influencing Financial Behavior among Management Students in Narowal. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(2), 656–666. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v9-i2/5602>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). New York: Open University Press.
- Ameliawati, M., & Setiyani, R. (2018). The Influence of Financial Attitude, Financial Socialization, and Financial Experience to Financial Management Behavior with Financial Literacy as the Mediation Variable. *KnE Social Sciences*, 3(10), 811–823. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3174>
- Asandimitra, N., & Kautsar, A. (2020). The Influence of Financial Information, Financial Self-Efficacy, And Emotional Intelligence to Financial Management Behavior of Female Lecturer. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(6), 1112–1124. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.76160>
- Atika, R. D., & Rohayati, S. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Love of Money, dan Hasil Belajar Manajemen Keuangan Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Prodi Pendidikan Akuntansi UNESA. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK) UNESA*, 5(2), 1–8. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jpak/article/view/21780>
- Azizah, N., & Rezkisari, I. (2017, December 14). *Orang Indonesia Suka Belanja Barang Bekas*. Republika. (<https://republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/17/12/14/p0y54p328-orang-indonesia-suka-belanja-barang-bekas>, diakses pada 14 September 2021)

- Mawalia 'Ulumudiniati & Nadia Asandimitra. Pengaruh *Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, dan Love of Money* terhadap *Financial Management Behavior: Lifestyle* sebagai Mediasi
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist*, 44(9), 1175–1184. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.9.1175>
- Bapat, D. (2020). Antecedents to responsible financial management behavior among young adults: moderating role of financial risk tolerance. *International Journal of Bank Marketing*, 38(5), 1177–1194. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2019-0356>
- Baptista, S. M. J. (2021). The Influence of Financial Attitude, Financial Literacy, and Locus of Control on Financial Management Behavior (Study Case Working-Age of Semarang). *International Journal of Social Science and Business*, 5(1), 93–98. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i1.31407>
- BPS. (2021). *Ekspor dan Impor*. Badan Pusat Statistik. (<https://www.bps.go.id/exim/>, diakses pada 14 September 2021)
- Brandon, D. P., & Smith, C. M. (2009). Prospective Teachers' Financial Knowledge and Teaching Self-Efficacy. *Journal of Family Consumer Sciences Education*, 27(1), 14–28.
- Cahyani, P., & Rochmawati. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Teman Sebaya, dan Parental Income terhadap Perilaku Keuangan dengan Self-Control sebagai Moderasi. *EcoGen*, 4(2), 224–239. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v4i2.11232>
- Cassidy, T. D., & Bennett, H. R. (2012). The Rise of Vintage Fashion and the Vintage Consumer. *Fashion Practice*, 4(2), 239–261. <https://doi.org/10.2752/175693812x13403765252424>
- Cervellon, M., Carey, L., & Harms, T. (2012). Something old, something used. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40(12), 956–974. <https://doi.org/10.1108/09590551211274946>
- Chaturvedi, D. (2020). Implication of Fashion Communication in Fashion Industry. *Arts and Humanities in Higher Education*, 5(March), 9–10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3692831>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The financial management behavior scale: Development and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59. https://scholarsarchive.byu.edu/facpub/4521/?utm_source=scholarsarchive.byu.edu%2Ffacpub%2F4521&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
- Dewi, R. K., & Hardiyanto, S. (2020, November 19). *Fenomena Thrifting Sedang Digandrungi, Apa Pemicunya?* . Kompas. (<https://www.kompas.com/tren/read/2020/11/19/201500965/fenomena-thrifting-sedang-digandrungi-apa-pemicunya-?page=all>, diakses pada 14 September 2021)
- Du, L., & Tang, T. L.-P. (2005). Measurement Invariance Across Gender and Major: The Love of Money Among University Students in People's Republic of China. *Journal of Business Ethics*, 59(3), 281–293. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-6395-4>
- Fatmawati, I., & Lutfi. (2021). Pengaruh Lokus Pengendalian dan Pengetahuan Keuangan pada Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Milenial dengan Moderasi Pendapatan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 10(1), 58–71. <https://doi.org/10.33059/jmk.v10i1.3340>

- Fauzi, P. (2021, October 31). *Ayo Borong Pakaian Bekas Branded Berkelas di J-Fest JX Surabaya*. Ayosurabaya.Com. (<https://www.ayosurabaya.com/surabaya-rama/pr-781582943/ayo-borong-pakaian-bekas-branded-berkelas-di-j-fest-jx-surabaya?page=2>, diakses pada 10 November 2021)
- Ferraro, C., Sands, S., & Brace-Govan, J. (2016). The role of fashionability in second-hand shopping motivations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32(2016), 262–268. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.07.006>
- Forbes, J., & Kara, S. M. (2010). Confidence mediates how investment knowledge influences investing self-efficacy. *Journal of Economic Psychology*, 31(3), 435–443. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.01.012>
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 9(3), 226–241. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3077>
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Butik Kabupaten Bantul. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 96–110. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363>
- Hur, E. (2020). Rebirth fashion: Secondhand clothing consumption values and perceived risks. *Journal of Cleaner Production*, 273(2020), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122951>
- Ida, & Dwinta, C. Y. (2010). Pengaruh Locus of Control, Financial Knowledge, Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 131–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.34208/jba.v12i3.202>
- Joseph, C. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Dosen-Dosen Fakultas Ekonomi UKIM. *Jurnal Soso-Q*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.30598/sosoq.v8i1.1073>
- Khairani, F., & Alfarisi, M. F. (2019). Analisis Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Pendidikan Orang Tua, dan Parental Income Terhadap Financial Management Behavior Pada Mahasiswa S1 Universitas Andalas Padang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 360–371. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jjimen.v4i1.10489>
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2020). Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Di Tasikmalaya. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 123–143. <https://doi.org/10.35448/jmb.v13i1.7920>
- Lown, J. M. (2011). 2011 oustanding AFCPE® Conference paper: Development and validation of a Financial Self-Efficacy Scale. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(2), 54–63.
- Machado, M. A. D., Almeida, S. O. de, Bollick, L. C., & Bragagnolo, G. (2019). Second-hand fashion market: consumer role in circular economy. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 23(3), 382–395. <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2018-0099>
- McNeill, L., & Moore, R. (2015). Sustainable fashion consumption and the fast fashion conundrum: fashionable consumers and attitudes to sustainability in clothing choice. *International Journal of Consumer Studies*, 39(3), 212–222. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12169>
- O'Connor, G. E., & Kabadayi, S. (2020). Examining Antecedents of Health Insurance Literacy: The Role of Locus of Control, Cognitive Style, and Financial Knowledge. *Journal of Consumer*

Mawalia 'Ulumudiniati & Nadia Asandimitra. Pengaruh *Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, dan Love of Money* terhadap *Financial Management Behavior: Lifestyle* sebagai Mediasi

Affairs, 54(1), 227–260. <https://doi.org/10.1111/joca.12266>

Oanea, D.-C., & Dornean, A. (2012). Defining and Measuring Financial Literacy. New Evidence from Romanian' Students of the Master in Finance. *Annals of the Alexandru Ioan Cuza University - Economics*, 59(2), 113–129. <https://doi.org/10.2478/v10316-012-0036-3>

Pradiningtyas, T. E., & Lukiastuti, F. (2019). Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Locus of Control dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Ekonomi. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 6(1), 96–112. <https://doi.org/10.24252/minds.v6i1.9274>

Pramedi, A. D., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Financial Knowledge, Financial Attitude, Income dan Financial Self Efficacy terhadap Financial Management Behavior Entrepreneur Lulusan Perguruan Tinggi di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 572-586. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p572-586>

Prihartono, M. R. D., & Asandimitra, N. (2018). Analysis Factors Influencing Financial Management Behaviour. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(8), 308–326. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i8/4471>

Putri, H. N., & Rahmi, E. (2019). Pengaruh Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FE UNP. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 315–326. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7373>

Rahman, A., & Risman, A. (2021). Is Behavior Finance Affected by Income, Learning Finance, and Lifestyle? *The EUrASEANs: Journal on Global Socio-Economic Dynamics*, 4(29), 29–40. [https://doi.org/https://doi.org/10.35678/2539-5645.4%20\(29\).2021](https://doi.org/https://doi.org/10.35678/2539-5645.4%20(29).2021)

Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>

Rotter, J. B. (1960). Some implications of a social learning theory for the prediction of goal directed behavior from testing procedures. *Psychological Review*, 67(5), 301–316. <https://doi.org/10.1037/h0039601>

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1–28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>

Rudy, Sunardi, N., & Kartono. (2020). Pengetahuan Keuangan dan Love Of Money pengaruhnya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dan dampaknya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang. *Jurnal SEKURITAS(Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 4(1), 43–56. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/skt.v4i1.6335>

Sampoerno, A. E., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh Financial Literacy , Income , Hedonism Lifestyle , Self-Control , dan Risk Tolerance terhadap Financial Management Behavior pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 9(3), 1002–1014. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26740/jim.v9n3.p%25p>

Sari, N. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Locus of Control, Life Style, dan Gender terhadap Financial Management Behavior Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 670-680. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p670-680>

Sekararum, P. C., Wulandari, D., & Narmaditya, B. S. (2018). Financial Literacy and Lifestyle among Housewives. *Proceedings of the 2nd International Research Conference on Economics and*

- Business, Irceb* 2018, 262–266. <https://doi.org/10.5220/0008786302620266>
- Shih, D. (1986). VALS As A Tool of Tourism Market Research: The Pennsylvania Experience. *Journal of Travel Research*, 24(4), 2–11. <https://doi.org/10.1177/004728758602400401>
- Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (1st ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tang, T. L.-P. (2007). Income and Quality of Life: Does the Love of Money Make a Difference? *Journal of Business Ethics*, 72(4), 375–393. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9176-4>
- Tang, T. L.-P., Sutarso, T., Davis, G. M. W., Dolinski, D., Ibrahim, A. H. S., & Wagner, S. L. (2008). To Help or Not to Help? The Good Samaritan Effect and the Love of Money on Helping Behavior. *Journal of Business Ethics*, 82(4), 865–887. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9598-7>
- Theodora, B. D., & Marti, S. (2016). The Effect of Family Economic Education towards Lifestyle Mediated by Financial Literacy. *Dinamika Pendidika*, 11(1), 18–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/dp.v11i1.8697>
- ThredUp. (2020). *2020 Fashion Resale Market and Trend Report | thredUP*. ThredUp. (<https://www.thredup.com/resale/#resale-industry>, diakses pada 13 September 2021)
- Tsuroyya, K., & Nuryana, I. (2013). The Influence of Attitudes, Internal Locus, and Financial Socialization Agents on Financial Management Behavior. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v10i1.44670>
- Tyas, E. F. W., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Uang Saku, Pembelajaran Akuntansi Keuangan dan Pengalaman Kerja Terhadap Perilaku Keuangan dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 95–107. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.33751>
- Veal, A. J. (1993). The concept of lifestyle: a review. *Leisure Studies*, 12(4), 233–252. <https://doi.org/10.1080/02614369300390231>
- Waspada, I. P., & Mulyani, H. (2020). Meningkatkan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Melalui Financial Literacy Dan Financial Self- Efficacy. *JPAK : Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 87–96. <https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.21938>
- Wicaksono, A. B., & Nuryana, I. (2020). Pengaruh Sikap Keuangan, Teman Sebaya, dan Kecerdasan Spiritual Melalui Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 940–958. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42352>
- Xiao, J. J. (2008). Applying Behavior Theories to Financial Behavior. In *Handbook of Consumer Finance Research* (pp. 69–81). New York: Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75734-6_5