

ANALISIS *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* ANAK MUDA PENGGEJAR BUDAYA KOREA DI INDONESIA

Dyah Ayu Putri Cahyaningtyas

Universitas Negeri Surabaya

dyah.18077@mhs.unesa.ac.id

Abstract

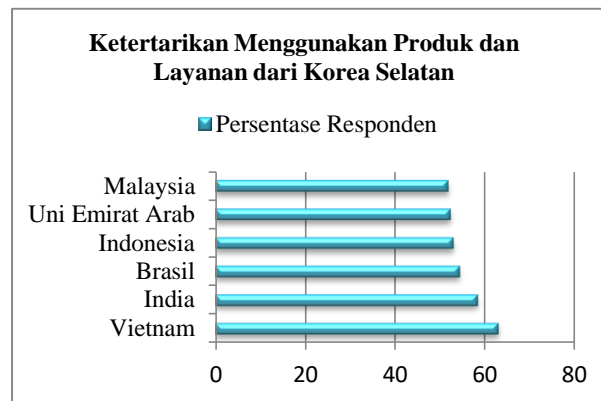
Indonesia is a potential market for the South Korean economy. The interest of the Indonesian people in Korean culture is substantial and young people are fans of Korean culture. Especially in Korean music, young people are not afraid to spend a lot of money to meet their needs. However, it was later discovered that the financial condition of young people in Indonesia is classified as unhealthy because many young people still do not understand how to manage finances properly. Therefore, the researcher wants to test whether financial socialization, financial experience, financial self-efficacy and locus of control affect the financial management behavior of young Korean culture fans in Indonesia. This research focuses on young people aged 18-30 years who are members of a fan club for Korean music fans. The sample used consisted of 368 samples and the sampling method used was non-probability sampling. The sampling design used purposive sampling. Research data were obtained through questionnaires distributed online. The data analysis technique uses Multiple Linear Regression and the SPSS 25 software test tool. In this research, the results reveal that financial socialization, financial experience, financial self-efficacy, and locus of control have an effect. It has become an essential role in the financial management behavior of young fans of Korean culture in Indonesia. So young Indonesians expect to improve and pay attention to these four factors in order to have the ability to manage finances and good financial conditions in the future.

Keywords: financial experience; financial management behavior; financial self-efficacy; financial socialization; locus of control.

PENDAHULUAN

Globalisasi telah berhasil memengaruhi pasar dunia di mana selama ini sesuatu yang berhasil mendunia selalu identik dengan negara barat, namun kemudian Korea Selatan muncul dengan strategi pasarnya yang terkenal dengan sebutan *Korean Wave* atau *Hallyu Wave* (budaya populer Korea Selatan) yang berhasil mendapatkan popularitas di seluruh dunia (Cho, 2021). Menurut Tjeo dan Kim (2016) budaya Korea telah menjadi salah satu tren utama di Asia dan telah berhasil memengaruhi negara-negara barat, seperti AS, dan Eropa. *Korean wave* telah menjadi mode di Asia Tenggara dan China, di mana musik korea (K-pop), drama (K-drama), film, makanan, kecantikan (*K-beauty*) sangat populer dikalangan anak muda (Park *et al.*, 2019). Industri hiburan di Korea Selatan merupakan bidang utama yang berhasil memperkenalkan *korean wave* kepada dunia (Tjoe & Kim, 2016).

Menurut Sarajwati (2020) Indonesia berada dalam urutan ke empat sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia dan 30% penduduknya didominasi oleh remaja membuat Indonesia menjadi rumah bagi jutaan penggemar budaya Korea. Indonesia merupakan negara dengan pasar yang potensial untuk perekonomian Korea Selatan (Sarajwati, 2020). Menurut Jeong *et al.* (2017) Indonesia merupakan salah satu pasar K-pop dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara, penyebabnya adalah karena adanya dukungan Korea Selatan yang konsisten terhadap fenomena *Korean wave*, pertumbuhan pesat industri budaya transnasional, dan perkembangan media sosial sehingga Korea Selatan mulai melakukan distribusi budaya melalui perluasan saluran kabel dan media online (Jeong *et al.*, 2017)



Sumber: *Databoks*, 2021

Gambar 1. RESPONDEN YANG TERTARIK MENGGUNAKAN PRODUK & LAYANAN DARI KOREA SELATAN TAHUN 2019

Gambar 1 menunjukkan Indonesia berada di urutan ke-empat dengan persentase sebesar 53% sebagai negara yang tertarik menggunakan produk dan layanan dari Korea Selatan. Ketertarikan masyarakat terhadap produk dan layanan Korea Selatan diukur dengan seberapa besar responden tertarik terhadap produk dan layanan yang disediakan seperti kosmetik, pakaian, elektronik serta belajar bahasa dan melakukan perjalanan maupun liburan ke Korea Selatan (Lidwina, 2021). Menurut Devita *et al.* (2020) anak muda yang menyukai musik korea mampu mengeluarkan banyak biaya untuk menunjukkan dukungannya. Penggemar musik korea bisa menghabiskan antara Rp 10,2 juta hingga Rp 20,4 juta dalam satu tahun untuk membeli *official stuff*, album, dan tiket konser Idola mereka (Devita *et al.*, 2020).

Berdasarkan hasil riset *financial fitness index* yang dilakukan oleh OCBC NISP, 2021, 85,6% generasi muda di Indonesia tampak "tidak sehat" secara finansial. Indeks kesehatan finansial Indonesia juga masih rendah yaitu sebesar 37,72 poin masih jauh jika dibandingkan dengan Singapura yang berhasil mencapai 61 poin. 14,3% anak muda Indonesia sedang berusaha untuk sehat secara finansial, namun angka tersebut tergolong kecil. Penyebabnya adalah mereka masih kurang paham mengenai kekayaan dan bagaimana mengelola keuangan (Sari, 2021).

Kegagalan individu dalam mengelola dan mengatur keuangan memiliki konsekuensi jangka panjang yang perlu diwaspadai (Thi *et al.*, 2015). Perilaku keuangan generasi muda terutama mereka yang berusia tiga puluh tahunan akan memengaruhi kesejahteraan keuangan mereka seumur hidup (Ares *et al.*, 2021). *Perilaku keuangan mereka selama periode waktu tersebut kemungkinan besar akan bertahan hingga mereka dewasa*. Hal ini karena sebagian besar remaja pada tahap ini masih aktif belajar dan membangun keterampilan yang mereka butuhkan untuk mandiri secara finansial (Sharif & Naghavi, 2020).

Menurut Ameliawati & Setiyani (2018) *financial management behavior* yaitu kemampuan individu dalam mengelola dana keuangannya. *Financial management behavior* menjelaskan mengenai perilaku individu dalam mengelola uang (penganggaran, pengeluaran, pinjaman, tabungan dan investasi, dan mengelola risiko) (Birkenmaier & Fu, 2019). Perilaku pengelolaan keuangan individu sejak muda sangat penting untuk mencapai kemandirian finansial (Masdupi *et al.*, 2020). Menurut Ameliawati & Setiyani (2018) ada 2 faktor yang dapat memengaruhi *financial management behavior* individu yaitu *financial socialization* dan *financial experience*. Sedangkan menurut Ida *et al.* (2021) *financial self-efficacy* dan *locus of control* mampu memengaruhi *financial management behavior*.

Faktor pertama yaitu *financial socialization*. Semakin baik *financial socialization* seseorang maka kemampuan mengelola keuangannya juga semakin baik begitupun sebaliknya, semakin buruk *financial socialization* yang dimiliki maka kemampuan mengelola keuangannya juga semakin menurun (Safitri & Kartawinata, 2020). Hal ini sejalan dengan Ameliawati & Setiyani (2018) dan

Safitri & Kartawinata (2020) *financial socialization* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* seseorang. Namun hasil penelitian Dewanti & Haryono (2021) dan Harianto & Isbanah (2021) menunjukkan bahwa *financial socialization* tidak dapat memengaruhi *financial management behavior*.

Faktor kedua yang dapat memengaruhi *financial management behavior* adalah *financial experience*. Menurut Dewanti & Haryono (2021), *financial experience* merupakan pengalaman masa lalu yang dijalani, dirasakan dan ditanggung individu dalam hal keuangan. Menurut Dewanti & Haryono (2021), Harianto & Isbanah (2021) dan Safitri & Kartawinata (2020) *financial experience* tidak dapat memengaruhi *financial management behavior* hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Meliawati & Setiyani (2018) yang menunjukkan bahwa *financial experience* memberikan pengaruh positif pada *financial management behavior*.

Faktor ketiga adalah *financial self-efficacy* merupakan sebuah kepercayaan dan keyakinan yang dimiliki oleh setiap orang terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan untuk mencapai suatu tujuan (Pramedi & Haryono, 2021). *Financial self-efficacy* tidak mampu memberikan pengaruh terhadap *financial management behavior* seseorang Pramedi & Haryono (2021). Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Asandimitra & Kautsar (2019), Qamar *et al.* (2016) dan Ida *et al.* (2021) yang mengatakan bahwa *self-efficacy* dapat memengaruhi *financial management behavior*.

Faktor terakhir yaitu *locus of control*. *Locus of control* adalah ketidakpekaan keterampilan individu untuk membaca situasi diri sendiri dan lingkungannya (Baptista & Dewi, 2021). Menurut Baptista & Dewi (2021) dan Dewanti & Haryono (2021) *locus of control* tidak memengaruhi *financial management behavior*. Menurut Ida, *et al.* (2021), Harianto & Isbanah (2021) *locus of control* berpengaruh signifikan positif terhadap *financial management behavior*. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian Mien & Thao (2015) yang menyatakan bahwa *locus of control* berpengaruh signifikan negatif terhadap *financial management behavior*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *financial socialization*, *financial experience*, *financial self-efficacy* dan *locus of control* terhadap *financial management behavior* anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory Of Planned Behavior

Theory of planned behavior merupakan sebuah teori yang dapat digunakan untuk memahami dan memprediksi bagaimana perilaku seseorang dapat berubah (Ajzen, 1991). Teori ini didasarkan pada pendapat bahwa orang biasanya bertindak dengan bijaksana dengan mempertimbangkan informasi yang tersedia dan konsekuensi yang akan di dapat dari tindakan tersebut (Ajzen, 2005). Menurut Ajzen (1991), *theory of planned behavior* mempelajari mengenai sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang menjadi dasar atas keyakinan seorang individu dalam berperilaku. Teori ini merupakan landasan untuk menjelaskan hubungan antara variabel x yaitu *financial experience* dan *financial socialization* terhadap *financial management behavior*.

Social Cognitive Theory

Dalam *social cognitive theory*, seseorang harus mengembangkan keterampilan dalam mengatur faktor-faktor penentu motivasi, afektif, dan sosial dari fungsi intelektual mereka serta aspek kognitif. Hal ini mengakibatkan pengaruh diri menanggung setiap aspek dari proses pembelajaran (Bandura, 1995). Bandura (1995) menyatakan motivasi dan tindakan manusia secara ekstensif diatur oleh pemikiran ke depan. Mekanisme kontrol antisipatif ini melibatkan tiga jenis harapan: Harapan situasi-hasil, Harapan tindakan-hasil dan *self-efficacy* yang dirasakan. Teori ini adalah landasan untuk menjelaskan hubungan antara variabel x yaitu *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior*.

Social Learning Theory

Rotter (1966) mengungkapkan bahwa dalam *social learning theory*, efek penguatan bertindak merupakan latar belakang dari perilaku atau peristiwa tertentu yang akan terjadi di masa depan. Sikap, keyakinan, atau harapan yang digeneralisasikan dengan hubungan sebab akibat antara perilaku dan konsekuensi yang ada akan memengaruhi bagaimana perilakunya dalam berbagai situasi kehidupan (Rotter, 1966). Teori ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel *x* yaitu *locus of control* terhadap *financial management behavior*.

Financial Management Behavior

Financial management behavior merupakan salah satu konsep penting yang ada dalam ilmu keuangan. *Financial management behavior* merupakan perilaku manusia yang relevan dengan pengelolaan uang (Qamar *et al.*, 2016). Menurut Pramedi & Haryono (2021) *financial management behavior* merupakan keinginan setiap individu untuk memenuhi kebutuhan hidup yang didasarkan pada hasil usaha yang dilakukan. *Financial management behavior* adalah kemampuan seseorang untuk merencanakan keuangan, membuat anggaran, mengelola, mengendalikan, mencari dan menyimpan dana atau pendapatannya (Asandimitra & Kautsar, 2019). Menurut Humaidi *et al.* (2020) Perilaku pengelolaan keuangan berkaitan dengan tanggung jawab keuangan seseorang mengenai bagaimana mengelola keuangannya. Seseorang dengan perilaku pengelolaan keuangan yang baik terbiasa menyusun, melaksanakan, mengevaluasi dan mengatasi permasalahan yang ada dalam perencanaan keuangan yang dimiliki (Humaidi *et al.*, 2020). Untuk mengukur kondisi *financial management behavior* seseorang dapat menggunakan 4 indikator yaitu: mengontrol pengeluaran, tepat waktu dalam membayar tagihan, pembuatan rencana keuangan untuk masa depan, menyediakan kebutuhan diri sendiri maupun keluarga dan menabung (Grable *et al.*, 2009).

Financial Socialization

Financial socialization merupakan sebuah proses untuk memperoleh serta mengembangkan nilai, perilaku, standar, norma dan pengetahuan yang berpengaruh pada kelayakan dan kesejahteraan finansial di mana orang tua, teman sebaya, media dan sekolah adalah agen penting dari proses sosialisasi (Hira *et al.*, 2013). Orang tua dan wali adalah agen sosialisasi utama bagi anak-anak mereka saat mereka mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap keuangan (Jin & Chen, 2020). Sharif & Naghavi (2020) menyebutkan bahwa keluarga telah berfungsi sebagai titik penyaringan informasi dari dunia luar dan telah menjadi dasar untuk sosialisasi keuangan berkelanjutan sepanjang hidup seseorang. Untuk mengetahui bagaimana kondisi *financial socialization* individu maka dapat diukur menggunakan 4 indikator, yaitu: pendidikan, media cetak maupun elektronik yang digunakan, orangtua dan lingkungan pertemanan (Dewanti & Haryono, 2021).

Financial Experience

Pengalaman yang positif sejak dini mengenai pengelolaan keuangan, lingkungan sosial, dan sikap hemat memberikan dampak pada pengelolaan keuangan di masa depan (Purwidiyanti & Mudjiyanti, 2016). Menurut Dewanti & Haryono (2021) *financial experience* adalah media bagi individu untuk belajar mengelola keuangan, *financial experience* merupakan suatu peristiwa yang dialami individu dalam bidang keuangan di masa lalu maupun saat ini. Untuk mengukur *financial experience* seseorang dapat menggunakan 5 indikator, yaitu: berbagai pengalaman mengenai produk asuransi, perbankan, dana pensiun, produk pegadaian serta pasar modal (Safitri & Kartawinata, 2020).

Financial Self-efficacy

Financial self-efficacy adalah landasan mengenai kemampuan seseorang dalam melakukan suatu tindakan untuk mencapai tujuan keuangan. *Financial self-efficacy* merupakan aspek psikologis yang mencerminkan rasa percaya diri seseorang terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangannya dengan baik dan mencapai tujuan keuangannya (Harianto & Isbanah, 2021). Asandimitra & Kautsar (2019) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat efikasi seseorang dalam mengelola keuangan maka semakin besar tanggung jawabnya dalam mengelola keuangan. Individu dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi meyakini bahwa mereka dapat menyelesaikan dan mengatasi tugas-tugas yang sulit sedangkan individu dengan tingkat *self-efficacy* yang rendah lebih fokus pada potensi kegagalan

daripada kemungkinan keberhasilan (Kautsar *et al.*, 2019). Untuk mengetahui bagaimana kondisi financial self-efficacy seseorang maka dapat diukur menggunakan 5 indikator, yaitu: keyakinan dalam mengelola keuangan, mengatur pengeluaran, menyimpan penghasilan, menggunakan produk perbankan dan keyakinan dalam menggunakan layanan keuangan (Mindra & Moya, 2017).

Locus Of Control

Baptista & Dewi (2021) mengungkapkan bahwa *locus of control* adalah ketidakpekaan keterampilan individu untuk membaca situasi diri sendiri dan lingkungannya. *Locus of control* mewakili peristiwa yang telah terjadi yang dilihat berdasarkan kemampuannya dalam mengendalikan diri yang akan menentukan cara pandang seseorang di masa depan, sehingga seseorang dapat memprioritaskan kebutuhan (Dewanti & Haryono, 2021). Menurut Kautsar *et al.* (2020) *locus of control* terdiri dari 2 jenis yaitu *locus of control* eksternal dan *locus of control* internal. *Locus of control* eksternal percaya bahwa sesuatu dari luar diri seseorang dapat menentukan bagaimana mereka berperilaku, bertindak dan mengambil keputusan, kemudian faktor-faktor seperti nasib, keberuntungan, dan kesempatan adalah penentu utama dari peristiwa kehidupan. Sedangkan *locus of control* internal meyakini bahwa setiap individu memiliki keterampilan, kemampuan, dan pengetahuan untuk menentukan hasil yang akan diperoleh dalam kehidupannya (Kautsar *et al.*, 2020). Untuk mengukur *locus of control* seseorang maka dapat menggunakan 5 indikator, yaitu: apakah seseorang dapat melakukan apapun yang dipikirkan, kemampuan dalam mengubah hal penting dalam hidup, kemampuan mengatasi masalah, memiliki kontrol terhadap apa yang terjadi, pengaruh lingkungan sekitar (Mutlu & Özer, 2021).

Hubungan Antar Variabel

Hubungan antara *financial socialization* dan *financial management behavior* dapat dijelaskan oleh *theory of planned behavior*, yang menyatakan bahwa norma subjektif dari variabel *financial socialization* yang dipengaruhi oleh perilaku orang lain akan membentuk perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Lingkungan sosial dapat menjadi tempat belajar untuk meningkatkan kemampuan mengelola keuangan sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang tepat (Dewanti & Haryono, 2021). Lingkungan keluarga merupakan lingkungan pendidikan yang pertama kali diterima oleh setiap manusia karena seorang individu akan mendapatkan pendidikan dan bimbingan pertama kali di dalam keluarga dan sebagian besar kehidupan anak dihabiskan bersama keluarga sehingga keluarga memiliki peran penting dalam proses pendidikan yang dimiliki setiap individu (Ameliawati & Setiyani, 2018). Baik atau buruknya *financial socialization* yang dimiliki seseorang akan memengaruhi baik atau buruknya *financial management behavior* orang tersebut (Safitri & Kartawinata, 2020). Hal ini sejalan dengan Ameliawati & Setiyani (2018) dan Safitri & Kartawinata (2020) *financial socialization* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* seseorang. Namun hasil penelitian Dewanti & Haryono (2021) dan Harianto & Isbanah (2021) menunjukkan bahwa *financial socialization* tidak dapat memengaruhi *financial management behavior*.

H1 : *Financial socialization* berpengaruh terhadap *financial management behavior* anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia.

Dalam *theory of planned behavior* disebutkan bahwa pengalaman masa lalu akan memengaruhi sikap dan perilaku seseorang di masa depan (Ajzen, 2005). Hal ini adalah dasar dari adanya pengaruh antara pengalaman keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan. *Financial experience* merupakan media belajar seseorang dalam pengelolaan keuangan secara langsung, sehingga individu yang mempunyai pengalaman keuangan yang baik dapat mengelola kondisi keuangannya dengan lebih baik dan bijak dibandingkan orang lain (Ameliawati & Setiyani, 2018). Menurut Dewanti & Haryono (2021), Harianto & Isbanah (2021) dan Safitri & Kartawinata (2020) *financial experience* tidak dapat memengaruhi *financial management behavior* hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Ameliawati & Setiyani (2018) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara *financial experience* terhadap *financial management behavior*.

H2 : *Financial experience* berpengaruh terhadap *financial management behavior* anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia.

Hubungan antara *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior* didasarkan pada *social cognitive theory*. Seorang individu membutuhkan rasa percaya diri terhadap kemampuan dan keterampilan yang dimiliki (Pramedi & Haryono, 2021). Saat menjalankan suatu pekerjaan, seseorang perlu memiliki keterampilan dan keyakinan terhadap kemampuannya. *Self-efficacy* menentukan bagaimana seorang individu berperilaku (Asandimitra & Kautsar, 2019). *Financial self-efficacy* tidak terbukti memengaruhi *financial management behavior* seseorang Pramedi & Haryono (2021). Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asandimitra & Kautsar (2019), Qamar *et al.* (2016) dan Ida *et al.* (2021) yang mengatakan bahwa *self-efficacy* dapat memengaruhi *financial management behavior*.

H3 : *Financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior* anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia.

Rotter (1966) mengemukakan mengenai hubungan antara *locus of control* terhadap *financial management behavior* dijelaskan di dalam *social learning theory*. *Locus of control* berkaitan dengan sebuah peristiwa yang terjadi dalam hidup seseorang yang berkaitan dengan kemampuan mengendalikan diri yang akan menentukan cara pandang seseorang di masa depan dan memungkinkan mereka untuk dapat menentukan prioritas kebutuhannya (Dewanti & Haryono, 2021). Menurut Baptista & Dewi (2021), dan Dewanti & Haryono (2021) *locus of control* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*. Menurut Ida *et al.* (2021), Harianto & Isbanah (2021) *locus of control* berpengaruh signifikan positif terhadap *financial management behavior*. Sedangkan menurut Mien & Thao (2015) *locus of control* berpengaruh signifikan negatif terhadap *financial management behavior*.

H4 : *Locus of control* berpengaruh terhadap *financial management behavior* anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah konklusif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas *financial socialization*, *financial experience*, *financial self-efficacy* dan *locus of control* berpengaruh terhadap variabel terikat *financial management behavior*. Populasi dalam penelitian ini adalah anak muda di Indonesia. Sampel yang digunakan sebesar 368 orang. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara online melalui media sosial yaitu *whatsapp* dan *instagram* untuk mengumpulkan data kuantitatif dan menggunakan skala *likert* digunakan untuk mengukur jawaban responden. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini. Desain pengambilan isampelnya menggunakan *purposive sampling*. Kualifikasi responden yang digunakan diantaranya anak muda yang menyukai budaya korea, anggota dari sebuah *fanclub* penggemar musik korea, berusia 18-30 tahun. Uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner menggunakan SPSS 25. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dan uji hipotesisnya meliputi uji t, uji f dan koefisien determinasi dengan menggunakan *software SPSS 25*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Tabel 1 memaparkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, tempat tinggal, penghasilan dan pengeluaran untuk kebutuhan akan budaya Korea. Persentase responden laki-laki sebesar 4,1% atau sebanyak 15 orang dan persentase responden perempuan sebesar 95,9% atau sebesar 353 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden perempuan lebih mendominasi dalam penelitian ini. Karakteristik responden berdasarkan usia didominasi rentang usia 18-22 tahun

dengan persentase sebesar 69,6% atau sebanyak 256 orang. Karakteristik tempat tinggal didominasi responden yang tinggal di wilayah Indonesia bagian barat dengan persentase sebesar 79,3% atau sebanyak 292 orang. Karakteristik rata-rata pengeluaran sebagai penggemar budaya Korea didominasi oleh jumlah pengeluaran di bawah Rp 1.000.000 dengan tingkat persentase sebanyak 78,2% atau sebanyak 287 responden.

Tabel 1.
KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik Responden		Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	15	4,1%
	Perempuan	353	95,9%
Usia	18-22	256	69,6%
	23-26	81	22%
	27-30	31	8,4%
Tempat tinggal	Indonesia Timur	12	3,3%
	Indonesia Tengah	64	17,4%
	Indonesia Barat	292	79,3%
Rata-rata pengeluaran sebagai penggemar budaya Korea	<Rp 1.000.000	287	78,2%
	Rp 1.100.000 - Rp 2.000.000	63	17,1%
	Rp 2.100.000 - Rp 3.000.000	5	1,4%
	> Rp 3.000.000	12	3,3%

Sumber: Diolah penulis

Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas instrumen penelitian menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,361) maka instrumen pernyataan dinyatakan valid. Dari 35 *item* pernyataan, ada 1 pernyataan yang memiliki R_{hitung} (0,334) < (0,361) R_{tabel} sehingga item pernyataan tersebut di hapus karena tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak dilihat dari nilai *cronbach's alpha* harus di atas 0,70 (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini diperoleh hasil nilai *cronbach's alpha financial socialization* (0,704), *financial experience* (0,822), *financial self-efficacy* (0,762) dan *locus of control*(0,755) sehingga keempat variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* > 0,70.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,167 > 0,05 sehingga data penelitian tersebut berdistribusi normal. Uji multikolonieritas menunjukkan bahwa nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 sehingga tidak ditemukan gejala multikolinieritas pada model regresi. Uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar merata di empat kuadran sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada model tersebut. Uji autokorelasi menggunakan uji *run test* diperoleh nilai *Asymp. Sig 2 tailed* yaitu 0,210 > 0,05 hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji-t) pada Tabel 2, nilai t_{hitung} sebesar (3,822), (4,482), (10,954) dan (4,267) > t_{tabel} 1,9665 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka diartikan bahwa variabel *financial socialization*, *financial experience*, *financial self-efficacy* dan *locus of control* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* pada anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia. Berdasarkan tabel 2, dapat disusun persamaan regresi (1).

$$Y = -2,843 + 0,173X_1 + 0,168X_2 + 0,718X_3 + 0,310X_4 + e \dots \dots \dots (1)$$

Tabel 2.
HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-2,843	1,436		-1,981	,048
<i>Financial Socialization</i> (X1)	,173	,045	,149	3,822	,000
<i>Financial Experience</i> (X2)	,168	,038	,184	4,482	,000
<i>Financial Self-efficacy</i> (X3)	,718	,066	,465	10,954	,000
<i>Locus Of Control</i> (X4)	,310	,073	,170	4,267	,000

Sumber: SPSS 25 (2022, data diolah)

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 3, H_a diterima karena nilai f_{hitung} (129,300) > f_{tabel} (2,40) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *financial socialization*, *financial experience*, *financial self-efficacy* dan *locus of control* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *financial management behavior* pada anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia.

Tabel 3.
HASIL UJI STATISTIK F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Regression</i>	7007,867	4	1751,967	129,300	,000 ^b
<i>Residual</i>	4918,521	363	13,550		
<i>Total</i>	11926,389	367			

R ,767^a
R Square ,588
Adjusted R Square ,583
Std. Error of the Estimate 3,68098

Sumber: SPSS 25 (2022, data diolah)

Berdasarkan Tabel 3, nilai *Adjusted R Square* dalam penelitian ini sebesar 0,583. Sehingga dapat diartikan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 58,3%, dan sebanyak 51,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian.

Pengaruh *Financial Socialization* terhadap *Financial Management Behavior*

Berdasarkan hasil pengujian maka hipotesis 1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *financial socialization* berpengaruh terhadap *financial management behavior* pada anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia. Salah satu faktor yang memengaruhi hasil ini dapat dilihat dari responden pada penelitian yang merupakan anak muda penggemar budaya Korea dan didominasi oleh usia 18-22 tahun, di mana pada usia ini pola perilaku seorang individu masih dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial yang ada disekitarnya. Hasil ini didukung oleh hasil penelitian Ameliawati & Setiyani (2018) dan Safitri & Kartawinata (2020). *Financial socialization* orang tua, pendidikan, teman, dan media dapat mengubah seseorang untuk memiliki perilaku yang baik dalam mengelola keuangan (Ameliawati & Setiyani, 2018). Hasil ini juga sejalan dengan *theory of planned behavior* yang menyatakan bahwa lingkungan sosial dapat memotivasi seseorang untuk berperilaku tertentu (Ajzen, 2005). Saat *financial socialization* semakin baik, maka *financial management behavior* seseorang juga akan meningkat (Safitri & Kartawinata, 2020). Implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia harus lebih memperhatikan dan fokus meningkatkan kondisi lingkungan sosial yang dimiliki, hal ini dikarenakan *financial socialization* dapat memengaruhi *financial management behavior* seseorang. Implikasi praktis bagi anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia dengan memilih lingkaran pertemanan yang dapat memberikan pengaruh baik terutama dalam hal mengelola keuangan serta memanfaatkan media yang ada baik

media cetak maupun elektronik untuk menambah pemahaman akan dunia keuangan sehingga hal tersebut dapat membantu dalam meningkatkan kualitas *financial management behavior*.

Pengaruh *Financial Experience* terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil pengujian menunjukkan Hipotesis 0 ditolak dan Hipotesis 2 diterima. Sehingga *financial experience* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *financial management behavior* anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia. Hasil ini didukung oleh penelitian Ameliawati & Setiyani (2018) yang menyatakan banyak atau sedikitnya pengalaman keuangan yang dimiliki oleh seseorang akan berpengaruh terhadap baik atau buruknya kemampuannya dalam mengelola keuangan. Hasil temuan ini sejalan dengan *theory of planned behavior* yang menyatakan bahwa bagaimana seseorang bertindak dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dirinya sendiri maupun hasil belajar dari pengalaman orang lain (Ajzen, 2005). Kebiasaan Anak muda di Indonesia terutama mereka yang merupakan penggemar budaya Korea untuk menggunakan layanan perbankan membuat mereka memperoleh pengalaman secara langsung dalam mengelola keuangan sehingga mereka memiliki kondisi keuangan yang baik. Implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu pengalaman masa lalu yang didapatkan oleh diri sendiri maupun orang lain terutama dalam hal keuangan akan memengaruhi *financial management behavior* individu sehingga perlu adanya peningkatan *financial experience* untuk memiliki *financial management behavior* yang baik. Implikasi praktis bagi anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia yaitu untuk mulai belajar dan menggunakan berbagai layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan agar dapat menentukan bagaimana cara terbaik mengelola dana keuangan yang dimiliki.

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

Hasil pengujian menunjukkan Hipotesis 3 diterima. Hasil ini menunjukkan *financial self-efficacy* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *financial management behavior* anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia. Adanya pengaruh ini disebabkan oleh responden dalam penelitian ini memiliki keyakinan dapat mengendalikan pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari maupun untuk kebutuhannya sebagai penggemar budaya Korea dan menyisihkan sebagian uang untuk untuk kondisi tidak terduga. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian Asandimitra & Kautsar (2019), Qamar *et al.* (2016) dan Ida *et al.* (2021). Semakin tinggi tingkat *self-efficacy* semakin bertanggung jawab ia dalam mengelola keuangannya (Asandimitra & Kautsar, 2019). Hasil temuan ini sejalan dengan *social cognitive theory* yang menyatakan bahwa motivasi dan tindakan manusia salah satunya dipengaruhi oleh *self-efficacy* dimana keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka dalam melakukan suatu tindakan diperlukan untuk mencapai suatu tujuan (Bandura, 1995). Seorang individu yang mempunyai tingkat *self-efficacy* yang tinggi akan memungkinkan untuk mempunyai *financial management behavior* yang baik (Ida *et al.*, 2021). Implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia harus fokus terhadap *financial self-efficacy* karena kepercayaan diri dapat memengaruhi *financial management behavior*. Implikasi praktis bagi anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia untuk meningkatkan *financial self-efficacy* atau kepercayaan diri dalam mengendalikan pengeluaran, menabung dan membayar tagihan sehingga tanggungjawab yang dimiliki semakin besar dan *financial management behavior* semakin baik.

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

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan H4 diterima. Sehingga *locus of control* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia. Hal tersebut berarti semakin baik tingkat pengendalian diri seseorang maka pengelolaan kondisi keuangannya juga semakin baik. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ida, *et al.* (2021) dan Harianto & Isbanah (2021). Individu yang meyakini bahwa pengendali kehidupan adalah diri mereka sendiri dapat memengaruhi bagaimana mereka berperilaku dalam mengelola keuangannya (Ida *et al.*, 2021). Adanya pengaruh ini disebabkan oleh responden yang didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 95,9 % dimana mereka memiliki tingkat pengendalian diri yang baik sehingga dapat menentukan prioritas kebutuhan dan menabung. Hasil temuan ini sejalan dengan *social learning theory* yang menyatakan penguatan bertindak merupakan latar belakang dari perilaku dan peristiwa

tertentu (Rotter, 1966). Ketika seseorang dapat mengendalikan diri dalam menggunakan uang sesuai kebutuhan, besar kemungkinan ia memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang baik (Kautsar *et al.*, 2020). Implikasi teoritis penelitian ini yaitu anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia harus lebih fokus terhadap *locus of control* karena *locus of control* dapat memengaruhi tingkat *financial management behavior*. Implikasi praktis bagi anak muda penggemar budaya Korea di Indonesia disarankan mulai untuk meningkatkan pengendalian diri dalam menggunakan uang dan mulai menyusun rencana keuangan untuk kebutuhan di masa depan sehingga mereka akan memiliki kemampuan *financial management behavior* yang baik sehingga lebih mudah untuk mencapai tujuan keuangan. Anak muda di Indonesia disarankan untuk lebih berpikir panjang dalam menggunakan uang, merencanakan keuangan dan mulai menyiapkan dana darurat untuk kebutuhan yang tidak terduga serta membuat prioritas kebutuhan untuk mengetahui kebutuhan mana yang harus dipenuhi terlebih dahulu.

KESIMPULAN

Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa *financial socialization*, *financial experience*, *financial self-efficacy* dan *locus of control* memengaruhi *financial management behavior* generasi muda penggemar budaya Korea di Indonesia. Selain itu *financial socialization*, *financial experience*, *financial self-efficacy* dan *locus of control* secara bersama-sama juga terbukti mampu memengaruhi *financial management behavior* generasi muda penggemar budaya Korea di Indonesia. Agen sosial yang dimiliki setiap individu seperti pendidikan, media, orang tua dan teman dapat memengaruhi bagaimana seseorang mengelola dan mengatur kondisi keuangannya. Agen sosial yang baik dan berkualitas akan memberikan pengaruh yang baik terhadap kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan. Saat seseorang memiliki pengalaman keuangan yang baik dalam menggunakan berbagai macam instrumen keuangan, maka hal tersebut akan meningkatkan pemahaman mereka mengenai resiko dan keuntungan yang akan didapat di kemudian hari sehingga kemampuan mengelola keuangannya juga semakin baik. Individu yang percaya akan kemampuannya dalam mengelola keuangan akan memberikannya kepercayaan diri dalam mengatur kondisi keuangan dan menentukan prioritas kebutuhan. Kemampuan mengendalikan diri terhadap keinginan dan kebutuhan, kesadaran mengenai mana kebutuhan yang lebih penting dan kapan harus menyimpan sebagian pendapatannya akan memengaruhi bagaimana ia menggunakan uang yang dimiliki.

Implikasi dalam penelitian ini berkontribusi terhadap pemikiran generasi muda penggemar budaya Korea di Indonesia agar lebih memahami konsep dan faktor-faktor yang dapat memengaruhi *financial management behavior* sehingga kemampuan dan keterampilan mereka dalam mengelola keuangan bisa semakin baik. Empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbukti mampu memengaruhi *financial management behavior* generasi muda penggemar budaya Korea di Indonesia. Maka disarankan generasi muda penggemar budaya Korea di Indonesia untuk mulai memperhatikan dan meningkatkan *financial socialization* dan pengalaman keuangan kemudian memaksimalkan peran agen sosial disekitar untuk mendapatkan informasi dan belajar mengenai cara pengelolaan keuangan yang baik dan mulai mencoba melakukan investasi, menabung maupun menggunakan lembaga keuangan untuk membantu mereka mengelola keuangan dan memiliki kondisi keuangan yang sehat. Selain itu, generasi muda penggemar budaya Korea di Indonesia juga perlu memperhatikan *financial self-efficacy* dan *locus of control* karena kepercayaan diri yang dimiliki dan kemampuan mengendalikan diri akan memengaruhi seberapa banyak uang yang kita habiskan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan akan ketertarikannya terhadap budaya Korea terutama musik Korea dimana kebiasaan penggemar untuk membeli banyak album, berlangganan platform resmi idola dan mengikuti gaya hidup yang berorientasi terhadap Korea Selatan. Oleh karenanya generasi muda Indonesia disarankan untuk lebih berpikir panjang dalam menggunakan uang, merencanakan keuangan dan mulai menyiapkan dana darurat untuk kebutuhan yang tidak terduga serta membuat prioritas kebutuhan untuk mengetahui kebutuhan mana yang harus dipenuhi terlebih dahulu.

Keterbatasan pada penelitian ini terkait pada penyebaran kuesioner yang dilakukan secara *online* sehingga proses pengumpulan data hanya bergantung pada kuesioner yang dipublikasikan, data responden yang didapat juga menumpuk pada beberapa karakteristik seperti responden yang berusia

18-30 dan didominasi usia 18-23 tahun serta hanya menggunakan empat variabel untuk mengukur *financial management behavior*. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari responden secara *offline* maupun *online* dan mencoba meneliti objek yang berbeda serta menggunakan variabel independen yang berbeda seperti *lifestyle*, *trend*, perilaku konsumtif, *financial planning* dan hedonisme.

DAFTAR PUSTAKA

- 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* (T. Manstead (ed.); 2nd ed.). Berkshire: 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), 811–832. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3174>
- Ares, L. R., López, S. F., González, S. C., & Pazos, D. R. (2021). Does self-control constitute a driver of millennials' financial behaviors and attitudes? *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 93(2), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2021.101702>
- Asandimitra, N., & Kautsar, A. (2019). The influence of financial information, financial self efficacy, and emotional intelligence to financial management behavior of female lecturer. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(6), 1112–1124. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.76160>
- Bandura, A. (1995). *Self-efficacy in Changing Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Baptista, S. M. J., & Dewi, A. S. (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>
- Birkenmaier, J., & Fu, Q. J. (2019). Does Consumer Financial Management Behavior Relate to Their Financial Access? *Journal of Consumer Policy*, 42(3), 333–348. <https://doi.org/10.1007/s10603-019-09418-z>
- Cho, S. Y. (2021). Exporting the korean wave to Europe: An analysis of the trade effect. *Korea Observer*, 52(3), 541–566. <https://doi.org/10.29152/KOIKS.2021.52.3.541>
- Devita, V. D., Romualdez, I., & Nurhalim, D. (2020). *Fans BTS, TWICE, dan Blackpink Habiskan 20 Jutaan untuk Idola Mereka*. Iprice.co.id. <https://iprice.co.id/trend/insights/fans-bts-twice-dan-blackpink-habiskan-20-jutaan-untuk-idola-mereka/>, diakses pada 23 September 2021
- Dewanti, V. P., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh Financial Socialization, Financial Knowledge, Financial Experience Terhadap Financial Management Behavior Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 863–875. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p%25p>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed., p. 490). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Dyah Ayu Putri Cahyaningtyas. Analisis *Financial Management Behavior* Anak Muda Penggemar Budaya Korea di Indonesia

- Grable, J. E., Park, J. Y., & Joo, S. H. (2009). Explaining financial management behavior for Koreans living in the United States. *Journal of Consumer Affairs*, 43(1), 80–107. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2008.01128.x>
- Hariato, S., & Isbanah, Y. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan, Locus of Control, Financial Attitude, Financial Self-Efficacy, dan Parental Financial Socialization terhadap Financial Management Behavior Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 241–252. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p241-252>
- Hira, T. K., Sabri, M. F., & Loibl, C. (2013). Financial socialization's impact on investment orientation and household net worth. *International Journal of Consumer Studies*, 37(1), 29–35. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12003>
- Humaidi, A., Khoirudin, M., Adinda, A. R., & Kautsar, A. (2020). The Effect of Financial Technology, Demography, and Financial Literacy on Financial Management Behavior of Productive Age in Surabaya, Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 06(01), 77–81. <https://doi.org/10.31695/ijasre.2020.33604>
- Ida, I., Zaniarti, S., & Ayuningtyas, N. (2021). Faktor Prediktor Financial Management Behavior Generasi X. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 179–190. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11439>
- Jeong, J. S., Lee, S. H., & Lee, S. G. (2017). When Indonesians routinely consume Korean pop culture: Revisiting Jakartan fans of the Korean drama Dae Jang Geum. *International Journal of Communication*, 11, 2288–2307.
- Jin, M., & Chen, Z. (2020). Comparing Financial Socialization and Formal Financial Education: Building Financial Capability. *Social Indicators Research*, 149(2), 641–656. <https://doi.org/10.1007/s11205-019-02248-z>
- Kautsar, A., Asandimitra, N., & Aji, T. S. (2019). Financial Self-Efficacy and Entrepreneurial Leadership on SME Performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(12), 1806–1816. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i12/5326>
- Kautsar, A., Asandimitra, N., Isbanah, Y., Kusumaningrum, T. M., & Rozaq, K. (2020). Financial Management Behavior of junior high school woman teacher. *Technium Social Sciences Journal*, 14(1), 445–453. <https://techniumscience.com/index.php/socialsciences/article/view/332/124>
- Lidwina, A. (2021). *Korean Wave Dorong Orang Indonesia Beli Produk Korea Selatan*. www.Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/08/korean-wave-dorong-orang-indonesia-beli-produk-korea-selatan>, diakses pada 23 September 2021
- Masdupi, E., Rasyid, R., & Rahmiati. (2020). *Financial Management Behavior at Productive Age Community in Bukittinggi*. 124(2), 673–681. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.133>
- Mindra, R., & Moya, M. (2017). Financial self-efficacy: A mediator in advancing financial inclusion. *Equality, Diversity and Inclusion*, 36(2), 128–149. <https://doi.org/10.1108/EDI-05-2016-0040>
- Mutlu, Ü., & Özer, G. (2021). The moderator effect of financial literacy on the relationship between locus of control and financial behavior. *Kybernetes*, 51(3), 1114–1126. <https://doi.org/10.1108/K-01-2021-0062>

- Park, J. H., Park, J. B., & Kim, C. G. (2019). *A Study on the Influence and Marketing Effect of Korean Wave Events and Festivals Organization* (R. Lee (ed.)). Springer Nature Switzerland AG 2019. [https://books.google.co.id/books?id=NXFyDwAAQBAJ&pg=PA62&lpg=PA62&dq=Park,+J.+H.,+Park,+J.+B.,+&+Kim,+C.+G.+\(2019\).+A+Study+on+the+Influence+and+Marketing+Effe+ct+of+Korean+Wave+Events+and+Festivals+Organization.+Studies+in+Computational+Intelli+gence,&sour](https://books.google.co.id/books?id=NXFyDwAAQBAJ&pg=PA62&lpg=PA62&dq=Park,+J.+H.,+Park,+J.+B.,+&+Kim,+C.+G.+(2019).+A+Study+on+the+Influence+and+Marketing+Effe+ct+of+Korean+Wave+Events+and+Festivals+Organization.+Studies+in+Computational+Intelli+gence,&sour)
- 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>
- Purwidiyanti, W., & Mudjiyanti, R. (2016). Analisis Pengaruh Pengalaman Keuangan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Keluarga Di Kecamatan Purwokerto Timur. *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 141–148. <https://doi.org/10.23917/benefit.v1i2.3257>
- Qamar, M. A. J., Khemta, M. A. N., & Jamil, H. (2016). How knowledge and financial self-efficacy moderate the relationship between money attitudes and personal financial management behavior. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 5(2), 296–308.
- 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>
- Safitri, A., & Kartawinata, B. R. (2020). Pengaruh Financial Socialization dan Financial Experience Terhadap Financial Management Behavior (Studi pada Wanita Bekerja di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 9(2), 158–170. <https://doi.org/10.34010/jika.v9i2.2987>
- Sarajwati, M. K. A. (2020). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Egsaugm. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>, diakses pada 10 November 2021
- Sari, I. N. (2021). *Riset: 85% Milenial Indonesia Belum Sehat Kondisi Keuangannya*. Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/intannirmala/finansial/611f192879703/riset-85-milenial-indonesia-belum-sehat-kondisi-keuangannya>, diakses pada 24 September 2021
- Sharif, S. P., & Naghavi, N. (2020). Family financial socialization, financial information seeking behavior and financial literacy among youth. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 12(2), 163–181. <https://doi.org/10.1108/APJBA-09-2019-0196>
- Thi, N., Mien, N., & Thao, T. P. (2015). Factors Affecting Personal Financial Management Behaviors: Evidence from Vietnam. *Proceedings of the Second Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (AP15Vietnam Conference)*, 10(5), 1–16.
- Tjoe, F. Z., & Kim, K. T. (2016). The effect of Korean Wave on consumer’s purchase intention of Korean cosmetic products in Indonesia. *Journal of Distribution Science*, 14(9), 65–72. <https://doi.org/10.15722/jds.14.9.201609.65>