



Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, kontrol diri, dan teman sebaya terhadap perilaku menabung penggemar *K-pop*

Mahra Fairus Fatami Hajar^{1*}, Yuyun Isbanah¹

¹Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

*Email korespondensi: mahra.19041@mhs.unesa.ac.id

Abstract

Indonesian youths become part of the world community interested in Korean Pop culture. Korean pop, or *K-pop*, is a pop music genre from South Korea. The love of *K-pop* brings out to become fans. *K-pop* fans have a habit of buying *K-pop* products, so it desires to save money. This study aims to analyze and determine the effect of financial literacy, financial inclusion, self-control, and peer influence on the saving behaviour of *K-pop* fans in Java. This study is quantitative research with a population of all *K-pop* fans on Java Island. The sample in this study is 271 respondents who were selected using purposive sampling and snowball sampling with the characteristics are 18–30 years old, buying *K-pop* products, and having an account at a bank. The analysis technique is multiple linear regression, using IBM SPSS version 26. This study uses primary data from questionnaires. Data collection was obtained by distributing questionnaires using Google Forms. The results showed that financial inclusion and self-control significantly affected saving behaviour, while financial literacy and peer influence had no effect on saving. Financial inclusion has an impact because more accessible access to financial institutions can increase saving behaviour. More excellent self-control management can make *K-pop* fans save money for unexpected expenses. The implication of this research is that *K-pop* fans must improve financial literacy and discuss finances with peers to overcome financial problems in the future.

Keywords: financial inclusion; financial literacy; peer influence; saving behavior; self-control.

PENDAHULUAN

Era globalisasi membawa kemajuan dunia yang begitu pesat, adanya teknologi dan kemudahan membuat satu individu bisa saling bertukar budaya. Akhir-akhir ini, budaya Korea berkembang dengan sangat masif (Hakim *et al.*, 2021). Korea Selatan populer dengan drama, film, kosmetik, lagu, dan grup-grup *boyband* dan *girlband* yang banyak disukai oleh masyarakat Indonesia (Sugiasih & Cahyanti, 2019). Perempuan maupun pria di berbagai kalangan usia sangat mengenali budaya korea (Rinata & Dewi, 2019), terutama pada bidang musik yaitu *K-pop*. *K-pop* merupakan suatu genre musik pop yang diusung oleh Korea Selatan (Iskandar & Zuliestiana, 2021). Keberhasilan budaya Korea ini menarik minat masyarakat untuk menjadi kelompok penggemar dan yang biasa disebut sebagai *Kpopers*. Menurut Javier (2021), *K-pop* menjadi salah satu topik yang selalu *trending* di Twitter. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Twitter dengan mengambil data dari bulan Juni 2020 hingga Juni 2021, di mana hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa Indonesia menjadi juara nomor 1 yang artinya kontributor *tweet* terbanyak (Kim, 2021).

Indonesia memiliki penggemar yang setia dan banyak (Sarajwati, 2020). Berdasarkan hasil survei IDN Times dengan 580 responden paling banyak penggemar *K-pop* berada di Pulau Jawa (Triadanti *et al.*, 2019). Penggemar *K-pop* (*Kpopers*) perlu menggelontorkan uang yang banyak untuk membeli album, tiket konser, *merchandise*, *vote*, dan produk yang diiklankan oleh idola kesukaan mereka (Sarajwati, 2020). Biaya yang dikeluarkan menjadi penggemar *K-pop* beragam mulai dari ratusan ribu hingga jutaan rupiah tiap tahunnya (Safitri, 2018). *E-commerce i-price* melakukan survei penggemar BTS, Blackpink, dan Twice bahwasanya mereka mengeluarkan biaya sebesar Rp 9 juta hingga Rp 20 juta rata-rata per tahunnya (IPrice Insights Team, 2020). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggemar *K-pop* sering kali tidak ingat waktu dan berperilaku konsumtif seperti membeli barang-barang yang berhubungan dengan idola (Nurani, 2018). Kelompok masyarakat ini diharapkan menjadi

terhindar dari perilaku konsumtif dengan menyisihkan dana untuk kebutuhan lain yang lebih penting akan sangat membantu pengelolaan keuangan seseorang (Cahyaningtyas, 2022).

Perilaku menabung adalah salah satu aktivitas kebiasaan memisahkan sebagian penghasilan guna disimpan untuk mencapai tujuan di masa yang akan datang (Raszad & Purwanto, 2021). Perilaku menabung sangat penting dilakukan dalam mengelola keuangan agar tidak boros dan berlebihan (Chalimah *et al.*, 2019). Menabung dapat mencegah permasalahan keuangan di masa yang akan datang. Tabungan seseorang bergantung pada preferensi mereka atas konsumsi dan kebutuhan di masa yang akan datang (Theresa & Bona, 2019).

Penggemar *K-pop* juga melakukan perilaku menabung, mereka tidak selalu meminta orang tua untuk membeli produk *K-pop*. Penggemar *K-pop* juga memiliki pos tabungan sendiri untuk membeli album grup *boyband* Korea (Triadanti *et al.*, 2019). Mereka melakukan *challenge* di mana dilakukan berdasarkan postingan pada media sosial idolanya dan untuk besaran tabungan sendiri disesuaikan dengan kemampuannya (Karina, 2021). Tantangan menabung ini biasanya dilakukan selama periode tertentu seperti *idol comeback* (para idol akan kembali mengeluarkan karya, promosi dan muncul dalam berbagai kegiatan), idola berulang tahun, ataupun ketika perilis *merchandise* khusus (Widya, 2021). Di sisi lain, ada pula penggemar *K-pop* yang menabung untuk kepentingan lain yaitu membeli hewan qurban dengan menggunakan *challenge #savemoneychallenge* (Rizensia.com, 2021).

Tabungan menjadi alat yang sangat penting untuk perkembangan ekonomi dan membangun negara (Theresa & Bona, 2019). Tabungan adalah menyimpan uang di bank dengan perjanjian antara nasabah dan bank yang penarikannya melalui slip penarikan, buku tabungan, kartu ATM, atau sarana deposito (Kasmir, 2012). Tabungan berguna untuk menghindari berhutang yang tidak dibutuhkan, keamanan keuangan, serta keberlangsungan konsumsi dan kepuasan dalam hidup (Theresa & Bona, 2019; Raszad & Purwanto, 2021). Menabung merupakan dampak dari literasi keuangan atau pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan yang baik (Peiris, 2021). Dengan literasi keuangan yang baik, seseorang akan terhindar dari masalah keuangan dan akan semakin baik pula perilaku keuangannya (Peiris, 2021).

Berdasarkan survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) OJK.go.id. (2020), indeks literasi dan inklusi keuangan Indonesia tercatat sebesar 38.03% dan 76.19%. Menurut OJK (2013), dikatakan *well literate* jika sudah mencapai 21.84%. Persentase tersebut, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia telah *well literate*. Kedua persentase menunjukkan ketimpangan antara literasi keuangan dan inklusi keuangan yaitu tingginya persentase inklusi keuangan tidak dibarengi dengan tingkat literasi keuangan (Elisabeth, 2021). Penelitian terdahulu mengenai topik perilaku menabung menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perilaku menabung yakni literasi keuangan, inklusi keuangan, dan kontrol diri (Wardani & Susanti, 2019). Selain itu, pada penelitian Zulaika & Listiadi (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan, kontrol diri, dan teman sebaya menjadi faktor yang memengaruhi perilaku menabung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, kontrol diri dan teman sebaya terhadap perilaku menabung penggemar *K-pop* di Pulau Jawa.

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior dalam arti bahasa Indonesia teori perilaku terencana merupakan teori pengembangan dari teori tindakan beralasan dalam teori ini menambahkan persepsi kontrol perilaku. Faktor-faktor perilaku pada teori perilaku terencana merupakan sebuah teori yang ditinjau untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks tertentu (Ajzen, 1991). Faktor pertama yaitu *attitude towards the behavior* di mana ditentukan oleh penilaian individu terhadap hal yang menguntungkan atau merugikan atas perilaku yang akan dilakukannya (Ajzen, 1991). Faktor kedua yaitu *subjective norm* di mana persepsi setuju atau tidak setuju seseorang atau kelompok terhadap perilaku individu tertentu (Ajzen, 1991). Faktor ketiga yaitu *perceived behavioral control* di mana asumsi kemudahan atau kesulitan di masa lalu sehingga mampu mengantisipasi hambatan (Ajzen,

1991). Teori ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen yaitu literasi keuangan, kontrol diri, inklusi keuangan terhadap perilaku menabung.

Teori Konformitas

Konformitas adalah pengaruh dari sosial yang mampu berdampak kepada tingkah laku individu (Baron & Byrne, 2004). Terdapat dua aspek yang memengaruhi konformitas, pertama aspek normatif merupakan penyesuaian adanya perbedaan persepsi, keyakinan, dan perilaku dari dampak penerimaan individu dengan kelompoknya (Baron & Byrne, 2004). Kedua, aspek informatif merupakan penyesuaian adanya perbedaan persepsi, keyakinan dan perilaku dari dampak adanya kepercayaan terhadap informasi yang dianggap bermanfaat yang berasal dari kelompoknya (Baron & Byrne, 2004). Teori ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen yaitu teman sebaya terhadap perilaku menabung,

Perilaku Menabung

Perilaku menabung merupakan kebiasaan seseorang yang menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk tujuan tertentu di masa depan (Raszad & Purwanto, 2021). Perilaku menabung adalah aktivitas secara nyata yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk menyisihkan pendapatannya guna kebutuhan di masa yang akan datang dan tindakan penghematan serta menggunakan jasa perbankan sebagai sarana menabung (Tyas & Rahmawati, 2021). Untuk mencegah risiko keuangan seseorang ditambah dengan adanya ketidakpastian di masa yang akan datang membuat individu melakukan kegiatan menabung (Angela & Pamungkas, 2022). Indikator untuk mengukur tingkat perilaku menabung yakni kebutuhan masa depan, keputusan menabung, dan tindakan penghematan (Werneryd, 1999).

Literasi Keuangan

Literasi Keuangan memiliki definisi kemampuan masyarakat untuk memproses informasi mengenai perencanaan keuangan, akumulasi kekayaan, utang dan dana pensiun guna meningkatkan kesejahteraan (Lusardi & Mitchell, 2014). Literasi keuangan merupakan pengelolaan keuangan sebagai kebutuhan dasar seseorang untuk meningkatkan kehidupan masyarakat yang sejahtera dan terhindar dari masalah keuangan serta tidak hanya berpikir jangka pendek saja akan tetapi juga memikirkan jangka panjang seperti pensiun dan pendidikan anak-anaknya kelak (Said & Amiruddin, 2017). Menurut Chen & Volpe (1998), membagi tingkat literasi keuangan menjadi tiga kategori yakni <60% kategori rendah, 60-79% kategori sedang, dan >80% kategori tinggi. Indikator untuk mengukur literasi keuangan yaitu pengetahuan umum keuangan pribadi, investasi, asuransi, tabungan dan utang (Chen & Volpe, 1998). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian dari Chen & Volpe (1998) yaitu pengetahuan umum keuangan pribadi, investasi, tabungan dan utang, asuransi.

Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan merupakan ketersediaan akses dan fasilitas pada lembaga keuangan serta pemanfaatan atas produk dan/atau layanan keuangan yang terjangkau dan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan keuangan masyarakat (OJK, 2016). Sistem keuangan yang baik adalah memberikan akses layanan secara luas dan dapat melayani tujuan utama yaitu menawarkan produk tabungan, kredit, pembayaran, dan manajemen risiko kepada semua kalangan sehingga kesetaraan antara orang miskin dan kaya dapat terjadi dan menumbuhkan ekonomi suatu negara (Demirgüç-Kunt & Klapper, 2012). Menurut Allen *et al.* (2016), inklusi keuangan dapat didefinisikan sebagai pengguna layanan keuangan formal yang mampu membawa banyak manfaat bagi individu serta dapat mendorong seseorang untuk menabung. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan peraturan Presiden Republik Indonesia No 82 Tahun 2016 tentang pengukuran Indeks Keuangan Inklusif (IKI) yakni, akses, penggunaan, dan kualitas.

Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi dan mengelola emosi serta keinginan (Utami & Sirine, 2016). Menurut Ardiana (2016), kontrol diri terkait mengenai bagaimana seseorang untuk memanipulasi diri dan menahan emosi dari dorongan yang ada pada dirinya.

Kontrol diri adalah mengendalikan diri dalam hal ini penggunaan keuangannya sesuai dengan apa yang dibutuhkan agar terhindar dari perilaku konsumtif sehingga memutuskan untuk berperilaku menabung (Hendra & Afrizal, 2020). Indikator untuk mengukur kontrol diri menurut Averill (1973) adalah kemampuan mengontrol perilaku, stimulus, mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian, menafsirkan suatu peristiwa atau kejadian, dan mengambil keputusan.

Teman Sebaya

Teman sebaya merupakan orang-orang yang memiliki tingkat usia dan kedewasaan yang sekiranya sama di dalam kehidupan ini, serta mempunyai mental yang baik untuk mengambil penilaian atas finansialnya (Tyas & Rahmawati, 2021). Teman sebaya adalah keterikatan individu yang memiliki keakraban yang relatif tinggi (Suryanti *et al.*, 2021). Interaksi teman sebaya memengaruhi keputusan individu dan sangat penting dalam membentuk perilaku (Albert *et al.*, 2013). Indikator yang digunakan untuk mengukur yaitu menabung secara teratur, pengelolaan keuangan, perbandingan pendapatan dan pengeluaran, banyak waktu luang, dan pengeluaran rutin (Suryanti *et al.*, 2021).

Pengaruh antar Variabel

Salah satu faktor yang memengaruhi perilaku menabung adalah literasi keuangan (Zulaika & Listiadi, 2020). Menurut Morgan & Long (2020), semakin besar skor literasi keuangan dalam artian aspek pendidikan keuangan maka perilaku menabungnya akan semakin baik pula. Memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik akan pengelolaan keuangan seperti mengalokasikan dana akan membuat kecenderungan untuk menabung (Theresa & Bona, 2019). Pengetahuan yang dimiliki seseorang akan mengantarkan untuk berperilaku (Ajzen, 1991). Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku menabung seseorang (Worang *et al.*, 2022). Literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku menabung seseorang (Lie *et al.*, 2020). Pengetahuan individu yang kurang dalam mengelola keuangan cenderung tidak menyimpan uangnya (Sekarwati & Susanti, 2020).

H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku menabung.

Menurut Hendra & Afrizal (2020), inklusi keuangan yang baik maka menimbulkan perilaku menabung. Keterdekatan akses dan layanan keuangan dapat memudahkan individu untuk menabung dan bertransaksi (Wardani & Susanti, 2019). Berdasarkan penelitian dari Hendra & Afrizal (2020); Wardani & Susanti (2019), inklusi keuangan berpengaruh terhadap perilaku menabung. Hal ini, terjadi apabila akses dan layanan keuangan mudah dijangkau oleh individu sehingga mereka tertarik untuk menggunakan produk keuangan seperti tabungan, ATM dan dompet digital (Wardani & Susanti, 2019); (Wulandari & Susanti, 2019). Inklusi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung; (Hove & Dubus, 2019; Worang *et al.*, 2022). Kurangnya pendekatan akses dan layanan keuangan dan tidak dibarengi dengan kesiapan sumber daya manusia dinilai dari segi umur dan pendidikan akan membuat individu kesulitan dalam menabung pada lembaga keuangan (Hove & Dubus, 2019).

H2: Inklusi keuangan berpengaruh terhadap perilaku menabung.

Seseorang ketika melakukan tindakan menabung berarti orang tersebut dengan sadar akan tindakannya dan akan berdampak baik pada dirinya (Rafiuddin *et al.*, 2022). Menurut Allom *et al.* (2018), memiliki kontrol diri yang baik dapat melindungi dari pengeluaran berlebih dan cenderung untuk meningkatkan perilaku menabung. Ketika seseorang memiliki aturan terkait menabung maka akan berdampak baik kepada tabungannya (Kim & Hanna, 2017). Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku menabung (Wardani & Susanti, 2019; Kim & Hanna, 2017). Berdasarkan penelitian Kamawar *et al.* (2019); Kadir *et al.*, (2021); Alshebami & Aldhyani (2022), kontrol diri tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung. Kontrol diri tidak memengaruhi perilaku menabung karena cenderung menghabiskan uang mereka untuk hiburan dan mengikuti perkembangan tren dibandingkan dengan menabung (Kadir *et al.*, 2021).

Mahra Fairus Fatami Hajar & Yuyun Isbanah. Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, kontrol diri dan teman sebaya terhadap perilaku menabung penggemar *K-pop*

H3: Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku menabung.

Seseorang yang menghabiskan sebagian besar waktunya dengan teman-teman akan memengaruhi niat dan perilakunya (Kadir *et al.*, 2021). Teman sebaya sangat memengaruhi dalam membentuk perilaku menabung dan mencegah pengeluaran berlebih (Kadir *et al.*, 2021). Memiliki lingkungan pertemanan yang baik akan menarik individu lain untuk berperilaku demikian (Putri & Wahjudi, 2022). Berdasarkan penelitian Kadir *et al.*, (2021); Alshebami & Aldhyani (2022); Theresa & Bona (2019), teman sebaya memiliki pengaruh terhadap perilaku menabung. Menurut penelitian Angela & Pamungkas (2022); Amilia *et al.* (2018), perilaku menabung seseorang tidak dipengaruhi oleh variabel teman sebaya. Hal ini disebabkan kurangnya diskusi-diskusi terkait masalah manajemen keuangan dan informasi tabungan terhadap rekan (Amilia *et al.*, 2018).

H4: Teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku menabung.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yakni penelitian asosiatif yang memiliki hubungan kausal, guna memperoleh pengaruh antar variabel independen (literasi keuangan, inklusi keuangan, kontrol diri dan teman sebaya) terhadap variabel dependen (perilaku menabung). Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif dengan cara menyebar kuesioner. Populasi penelitian ini adalah penggemar *K-pop* di Pulau Jawa, di mana populasi tidak diketahui, sehingga sampel dari penelitian ini berdasarkan rumus *lemeshow* yaitu sebanyak 271 responden. Adapun penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu berusia 18-30 tahun, membeli produk *K-pop*, memiliki akun rekening tabungan. Data didapat melalui survei dengan angket berskala *likert* 4 poin dengan kategori yakni sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program IBM SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan karakteristik jawaban, responden berusia 18-21 tahun sebanyak 143 (53%), 22-25 tahun sebanyak 37 (43%), dan 26-30 tahun sebanyak 15 (4%). Berdasarkan provinsi, responden berasal dari banten sebanyak 23 (8%), DI Yogyakarta sebanyak 7 (3%), DKI Jakarta sebanyak 19 (7%). Jawa Barat sebanyak 89 (33%), Jawa Tengah sebanyak 62 (23%). Jawa Timur sebanyak 71 (26%). Berdasarkan pendidikan terakhir, sebanyak 181 (67%) lulus Sekolah Menengah Atas, sebanyak 13 (5%) lulus Diploma (D1, D2, D3, D4), sebanyak 76 (28%) lulus Strata , sebanyak 1 (0%) lulus Strata 2.

Berdasarkan asal pendapatan, sebanyak 163 (60%) mendapatkan dari uang saku, sebanyak 60 (22%) mendapatkan dari gaji, sebanyak 48 (18%) mendapatkan dari lainnya (*freelance*, berjualan, dan affiliator). Berdasarkan nominal pendapatan, sebanyak 119 (44%) memiliki pendapatan <Rp1.000.000, sebanyak 112 (41%) memiliki pendapatan rentang antara Rp1.000.000-Rp3.000.000, sebanyak 19 (7%) memiliki pendapatan rentang antara Rp3.000.000-Rp4.500.000, sebanyak 21 (8%) memiliki pendapatan >Rp4.500.000. Berdasarkan pengeluaran untuk membeli produk *K-pop* sebanyak 98 (36%) mengeluarkan uang sebesar <Rp100.000, sebanyak 140 (52%) mengeluarkan uang dengan rentang sebesar Rp100.001-Rp500.000, sebanyak 29 (11%) mengeluarkan uang dengan rentang sebesar Rp500.001-Rp1.500.000, sebanyak 4 (1%) mengeluarkan uang sebesar >Rp1.500.000.

Berdasarkan intensitas menabung per bulan, sebanyak 213 (79%) menabung 1-3 kali, sebanyak 53 (19%) menabung 4-10 kali, sebanyak 5 (2%) menabung >10 kali. Berdasarkan dari rata-rata tabungan, sebanyak 125 (46%) menabung <Rp300.000, sebanyak 120 (44%) menabung dengan rentang antara Rp300.000-Rp1.000.000, sebanyak 19 (7%) menabung dengan rentang antara Rp1.000.000-Rp2.000.000, sebanyak 7 (3%) menabung >Rp2.000.000.

Berdasarkan jawaban responden tentang pertanyaan pernah mendapatkan pelatihan pengelolaan keuangan sebanyak 144 responden menjawab tidak pernah, sedangkan 127 responden menjawab pernah.

Berdasarkan jawaban responden tentang produk *K-pop* yang pernah dibeli oleh responden, sebanyak 153 membeli album, 174 responden membeli *photocard*, *lightstick* dibeli sebanyak 62 responden, sebanyak 62 responden membeli tiket konser, sebanyak 104 membeli gantungan kunci, sebanyak 128 responden membeli poster/stiker, sebanyak 130 responden membeli produk kolaborasi (makanan/minuman), sebanyak 57 responden membeli botol minum, sebanyak 68 membeli jaket/kaos, sebanyak 12 responden membeli produk lainnya, seperti boneka, novel *fanfiction*, *event fandom*, *photobook*, tiket film dan aksesoris.

Berdasarkan deskripsi jawaban pada variabel literasi keuangan, rata-rata indikator berkategori tinggi yakni 213.625 di mana berada di antara (203.26-271). Akan tetapi pada item memahami instrumen keuangan seperti: saham dan obligasi tergolong sedang bernilai 196.75 (135.6-203.5) hal ini mengindikasikan bahwa penggemar *K-pop* jarang dalam melakukan investasi pada instrumen keuangan. Pada item pernyataan mencatat penggunaan uang setiap harinya sebesar 201 tergolong sedang, mengindikasikan bahwa penggemar *K-pop* cenderung jarang melakukan pencatatan keuangan hal ini menimbulkan ketidaktahuan akan pengeluarannya.

Berdasarkan deskripsi jawaban pada variabel inklusi keuangan, rata-rata indikator bernilai 222.6 sehingga dalam kategori tinggi. Pada item indikator akses yakni kemudahan bertransaksi dan keterdekatan pada lembaga keuangan berkategori tinggi, indikator penggunaan yakni kesesuaian kebutuhan produk dan jasa keuangan dengan responden berkategori tinggi, item pada indikator kualitas berkategori tinggi hal ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan lembaga keuangan cepat dan terbaik.

Berdasarkan deskripsi jawaban pada variabel kontrol diri, dapat dilihat secara nilai rata-rata untuk keseluruhan indikator bernilai tinggi di mana setiap item pernyataan lebih dari 203.26. Penggemar *K-pop* memiliki kontrol diri yang baik sehingga hal tersebut berdampak juga kepada dirinya.

Berdasarkan deskripsi jawaban pada variabel teman sebaya rata-rata indikator berkategori sedang bernilai 202.6 (135.6-203.5). Pada item pernyataan yakni berdiskusi terkait menabung dan prioritas membeli produk, penggemar *K-pop* bernilai sangat rendah dibandingkan yang lain yakni sebesar 185.25. Hal tersebut mengindikasikan bahwa penggemar *K-pop* jarang untuk melakukannya, dapat disebabkan prioritas setiap individu berbeda-beda.

Berdasarkan deskripsi jawaban pada variabel perilaku menabung secara keseluruhan nilai rata-rata pada tiap item pernyataan bernilai tinggi yakni lebih dari 203.25. Item pernyataan yakni dengan menabung untuk kebutuhan mendadak berskor 240 kategori tinggi. Item pernyataan yakni menabung untuk mencapai tujuan berskor 238.25 kategori tinggi. Item pernyataan yakni membandingkan harga sebelum membeli berskor 240.25 kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa penggemar *K-pop* setuju dengan melakukan tindakan penghematan dan berperilaku menabung merupakan pilihan yang paling tepat guna kebutuhan masa depan.

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai *r*-hitung dan *r*-tabel dan dapat dikatakan valid jika nilai *r*-hitung lebih besar dari *r*-tabel (Ghozali, 2021). Selanjutnya, diketahui dari hasil pada SPSS versi 26 terdapat 9 item pernyataan yakni 3 item pernyataan variabel perilaku menabung, 2 item pernyataan variabel literasi keuangan, 2 item pernyataan variabel kontrol diri dan 1 item pernyataan variabel teman sebaya yang didrop dari modul dengan catatan setiap indikator pada masing masing jawaban minimal ada 1 item yang mewakilinya. Uji reliabilitas menghasilkan *Cronbach's Alpha* keseluruhan variabel penelitian bernilai >0,70, sehingga item – item pernyataan dapat dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji multikolinearitas menghasilkan angka *tolerance* >0.1 dan VIF <10 sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Park (2023) menghasilkan nilai signifikansi >0.05 sehingga tidak terdapat heteroskedastisitas. Uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* yang bernilai 0.200 di mana lebih dari 0.05 sehingga dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 1
HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

	Koefisien Regresi	t	Sig.
Literasi keuangan	-0.039	-0.689	0.491
Inklusi keuangan	0.231	3.058	0.002
Kontrol diri	0.464	13.898	0.000
Teman sebaya	0.040	1.258	0.209
Konstanta	6.465	4.804	0.000
<i>Adjusted R</i> ²	0.601	7	3
F _{hitung}	102.594	19	7
Sig.	0.000	89	33

Sumber; *Output SPSS,2023*

Berdasarkan Tabel 1 maka persamaan model regresi berganda pada penelitian ini yaitu

$$Y = 6.465 + 0.231X_2 + 0.464X_3 + e \dots\dots\dots (1)$$

Pada persamaan (1) X_2 mewakili inklusi keuangan X_3 mewakili kontrol diri

Berdasarkan Tabel 1 uji statistik F nilai F hitung sebesar 102.594 dan nilai signifikansi 0.000 mengindikasikan bahwa hipotesis variabel independen (literasi, keuangan, inklusi keuangan, kontrol diri dan teman sebaya) dapat diterima dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung.

Berdasarkan Tabel 1 uji statistik t menghasilkan bahwa dari keempat variabel independen, terdapat 2 variabel yang berpengaruh dan 2 variabel tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung. Variabel inklusi keuangan yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0.002 dan kontrol diri sebesar 0.000 karena nilai signifikansi <0.05 maka kedua variabel tersebut dinyatakan dapat memengaruhi perilaku menabung. Variabel literasi keuangan yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0.491 dan teman sebaya sebesar 0.209 karena nilai signifikansi >0.05 maka variabel tersebut dapat dinyatakan tidak memengaruhi perilaku menabung.

Berdasarkan Tabel 1 *adjusted R*² bernilai 0.601 atau 60.1% artinya variabel independen yakni literasi keuangan, inklusi keuangan, kontrol diri dan teman sebaya dapat menjelaskan perilaku menabung. Sedangkan sisanya yakni sebesar 0.399 atau 39.9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model yaitu *financial knowledge, parent socialization* (Kadir et al., 2021).

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung

Hasil pengujian menghasilkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap penggemar *K-pop* di Pulau Jawa. Hasil ini menolak hipotesis. Hasil ini juga tidak sejalan dengan *theory of planned behavior* di mana dalam teori ini menjelaskan bahwasanya perilaku seseorang didasari dengan niat yang ada pada individu tersebut (Putri & Wahjudi, 2022). Berdasarkan hasil deskriptif penggemar *K-pop* dominan memiliki pendapatan dari uang saku. Hal tersebut membuat seorang individu tergantung dari pendapatan yang diberikan oleh orang tua. Dari hasil kuesioner juga menunjukkan bahwasanya

pengeluaran untuk membeli produk *K-pop* lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata menabungnya dan sebagian besar intensitas menabung penggemar *K-pop* kurang dari empat kali. Berdasarkan hasil deskriptif sebagian besar penggemar *K-pop* belum pernah mendapatkan pelatihan pengelolaan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwasanya tinggi rendahnya literasi keuangan belum dapat diimplementasikan karena penggemar *K-pop* menabung untuk kebutuhan hobi saja. Masalah keuangan yang dihadapi oleh generasi muda yaitu berbelanja secara berlebihan, kurangnya literasi keuangan, dan mempertahankan kehidupan mewah untuk memuaskan keinginan mereka (Kadir *et al.*, 2021). Masalah tersebut dapat menyebabkan seseorang untuk melakukan pinjaman *online* (Gayatri & Muzdalifah, 2022). Adanya implementasi literasi keuangan seperti mempelajari instrumen keuangan seperti deposito, saham, obligasi dapat membantu seseorang untuk terhindar dari masalah-masalah keuangan dan akan mementingkan tujuan masa depan dengan menabung (Kadir *et al.*, 2021). Menerapkan literasi keuangan juga membantu terhindar dari penipuan investasi (Firdausi, 2018). Hasil ini sejalan dengan penelitian Sekarwati & Susanti (2020) di mana literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku menabung seseorang. Pengetahuan individu yang kurang dalam mengelola keuangan cenderung tidak menyimpan uangnya (Sekarwati & Susanti, 2020). Hal ini juga dapat dipengaruhi oleh rendahnya pengetahuan mengenai informasi keuangan (Lie *et al.*, 2020). Alasan tidak berpengaruhnya literasi keuangan juga dapat dipengaruhi oleh pengetahuan yang diketahui hanya sebatas teori saja, secara praktik belum bisa diimplementasikan secara maksimum dan terbatasnya pendapatan (Putri & Wahjudi, 2022).

Pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Menabung

Hasil pengujian menghasilkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh terhadap penggemar *K-pop* di Pulau Jawa. Hasil ini menerima hipotesis. Hal ini sejalan dengan *theory of planned behavior*, di mana faktor pendukung mampu mendukung keputusan dalam berperilaku (Putri & Wahjudi, 2022). Rata-rata indikator inklusi keuangan yang tergolong tinggi mengindikasikan bahwa kemudahan akses seperti transaksi pada bank maupun dompet digital, dekatnya lokasi lembaga keuangan, kesesuaian jasa keuangan dengan kebutuhan, layanan yang cepat dan baik dapat mendorong penggemar *K-Pop* untuk berperilaku menabung. Implementasi inklusi keuangan pada era digital saat ini, membuat individu menabung di berbagai *platform* atau media seperti deposito dan saham (Worang *et al.*, 2022). Hal ini dikarenakan Hasil ini sejalan dengan penelitian Hendra & Afrizal (2020) bahwa adanya kemudahan akses kepada lembaga keuangan yang baik maka semakin meningkatkan seseorang untuk berperilaku menabung.

Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Menabung

Hasil pengujian menghasilkan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap penggemar *K-pop* di Pulau Jawa. Hasil ini menerima hipotesis. Hal ini sejalan dengan *theory of planned behavior* bahwasanya kontrol perilaku memberikan dampak kepada individu terhadap kontrol atas kemudahan atau kesulitan yang akan dilalui kedepannya (Putri & Wahjudi, 2022). Rata-rata keseluruhan dari indikator kontrol diri yang tergolong tinggi mengindikasikan bahwa dengan memiliki kontrol diri yang baik mampu mendorong untuk berperilaku menabung. Kemampuan kontrol diri yang baik ini membantu penggemar *K-pop* untuk tidak mudah dipengaruhi oleh ajakan orang lain dari belanja berlebihan, sehingga dapat menyesuaikan pengeluaran dengan pendapatan dan menjaga anggaran keuangannya. Hal tersebut juga berkontribusi dalam mengontrol pembelian *merchandise* dari produk *K-pop* di mana tidak membeli ketika harga terlalu tinggi dan berlebihan. Pada era digital saat ini, membuat penggemar *K-pop* menabung pada bank karena bank dijamin oleh lembaga penjamin simpanan. Hal ini sejalan dengan penelitian Hendra & Afrizal (2020) yang menunjukkan bahwa dengan memiliki kontrol diri yang baik maka akan terhindar dari tindakan pemborosan dan akan memilih menabung guna memenuhi kebutuhan masa yang akan datang. Semakin tinggi dalam mengontrol diri maka akan semakin baik perilaku menabungnya sehingga memudahkan individu tersebut untuk memprioritaskan kebutuhannya (Angela & Pamungkas, 2022).

Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Menabung

Hasil pengujian menghasilkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap penggemar *K-pop* di Pulau Jawa. Hasil ini menolak hipotesis. Hasil ini juga tidak sejalan dengan teori konformitas di

mana persepsi dan keyakinan akan memengaruhi perilaku menabung (Hakim *et al.*, 2021). Dari rata-rata deskriptif jawaban responden tergolong sedang bahwasanya kurangnya diskusi tentang tabungan ataupun keuangan sesama teman sebaya akan berdampak pada perilaku menabungnya. Ketika memiliki banyak waktu luang, penggemar *K-pop* lebih sering membicarakan hal lain diluar konteks keuangan seperti menonton video klip terbaru dan membicarakan kegiatan idola. Lingkungan pertemanan yang kurang mendukung akan memengaruhi dalam perilaku menabung seseorang (Putri & Wahjudi, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian Amilia *et al.* (2018) bahwa ketika memiliki waktu luang teman sebaya jarang untuk berdiskusi tentang pengelolaan keuangan, masalah keuangan, dan informasi mengenai tabungan. Menurut penelitian Angela & Pamungkas (2022), diskusi mengenai keuangan menjadi isu yang sensitif, terutama pada kelompok usia 20-50 tahun, karena kelompok ini cukup enggan untuk membicarakan tentang situasi keuangan mereka.

KESIMPULAN

Variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung penggemar *K-pop* di Pulau Jawa. Hal ini dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan belum mampu untuk memberikan dampak kepada perilaku menabung penggemar *K-pop* karena adanya keterbatasan dalam sumber dana. Variabel inklusi keuangan berpengaruh terhadap perilaku menabung penggemar *K-pop* di Pulau Jawa. Hal ini dapat disimpulkan bahwasanya akses dan layanan keuangan pada lembaga keuangan mampu berdampak pada perilaku menabung masyarakat khususnya penggemar *K-pop*. Adanya kemudahan dalam mengakses dan layanan yang baik dapat menarik seseorang untuk menabung pada bank.

Variabel kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku menabung penggemar *K-pop* di Pulau Jawa. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik kontrol diri yang dimiliki oleh individu, maka dapat meningkatkan kemampuan perilaku menabung. Variabel teman sebaya tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung penggemar *K-pop* di Pulau Jawa. Hasil ini dapat disimpulkan baik buruknya lingkungan pertemanan, tidak menjamin individu memiliki perilaku menabung yang baik. Dalam penelitian ini didapatkan bahwa kurangnya diskusi perihal keuangan terutama tabungan antar teman sebaya. Akan tetapi, hal tersebut tidak berarti bahwa responden memiliki perilaku menabung yang buruk.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi OJK untuk terus memberikan penyuluhan atau seminar secara berkala dan berkelanjutan sehingga seluruh lapisan masyarakat mampu dalam mengaplikasikan literasi keuangan secara baik dan masyarakat terhindar dari masalah-masalah keuangan. Selanjutnya, bank diharapkan untuk terus mempertahankan akses dan layanan yang baik sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat menjangkau dan merasakan pengalaman pada lembaga keuangan dalam membantu permasalahan-permasalahan keuangan. Kemudian untuk penggemar *K-pop* untuk terus mempertahankan kontrol diri untuk tidak berperilaku konsumtif, belajar mengenai literasi keuangan yang baik dan benar dan menerapkannya ke dalam kehidupan sehari-hari, dan mencoba berdiskusi ke teman sebaya terkait literasi keuangan. Selanjutnya, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas lain ataupun variabel mediasi. Variabel yang dapat digunakan seperti *financial knowledge*, *parent socialization* dan variabel pendukung lainnya. Keterbatasan penelitian ini adalah adalah lingkup penelitian yang hanya membahas subjek di sekitaran Pulau Jawa, diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan cakupan latar belakang dan juga domisili subjek yang lebih luas. Kemudian terbatasnya sumber yang sesuai dengan subjek penelitian juga menjadi salah satu koreksi untuk penelitian yang lebih baik ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Albert, D., Chein, J., & Steinberg, L. (2013). Teenage Brain : Peer Influences on Adolescent Decision Making. <https://doi.org/10.1177/0963721412471347>

- Allen, F., Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., & Martinez Peria, M. S. (2016). The Foundations of Financial Inclusion: Understanding ownership and use of formal accounts. *Journal of Financial Intermediation*, 27(2016), 1–30. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2015.12.003>
- Allom, V., Mullan, B. A., Monds, L., Orbell, S., Hamilton, K., Rebar, A. L., & Hagger, M. S. (2018). Reflective and Impulsive Processes Underlying Saving Behavior and The Additional Roles of Self-Control and Habit. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, 11(3), 135–146. <https://doi.org/10.1037/NPE0000093>
- Alshebami, A. S., & Aldhyani, T. H. H. (2022). The Interplay of Social Influence, Financial Literacy, and Saving Behaviour among Saudi Youth and the Moderating Effect of Self-Control. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/su14148780>
- Amilia, S., Lindung Bulan, T. P., & Rizal, M. (2018). Analysis of Factors Affecting Student Bidik Misi Savings Behavior. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 14(2), 65. <https://doi.org/10.29406/jmm.v14i2.1075>
- Angela, G., & Pamungkas, A. S. (2022). The Influence of Financial Literacy, Parental Socialization, Peer Influence and Self-Control on Saving Behavior. *Proceedings of the tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 653(Icebm 2021), 560–566. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.085>
- Ardiana, M. (2016). Kontrol Diri, Pendidikan Pengelolaan Keuangan Keluarga, Pengetahuan Inklusi Keuangan Siswa Pengaruhnya Terhadap Perilaku Menabung Siswa SMK Sekota Kediri. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4(1), 59–75.
- Averill, J. R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli and Its Relationship to Stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2004). *Psikologi Sosial Jilid 2 (Edisi Kese)*. Jakarta: Erlangga.
- Cahyaningtyas, D. A. P. (2022). Analisis Financial Management Behavior Anak Muda Penggemar Budaya Korea Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2017), 793–805.
- Chalimah, S. N., Martono, S., & Khafid, M. (2019). The Saving Behavior of Public Vocational High School Students of Business and Management Program in Semarang. *Journal of Economic Education*, 8(1), 22–29. <https://doi.org/10.15294/JEEC.V8I1.29741>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Journal of Consumer Marketing*, 7(2), 107–128. <https://doi.org/10.1108/JCM-01-2018-2514>
- Demirgüç-Kunt, A., & Klapper, L. (2012). Measuring Financial Inclusion: The Global Findex Database.” Policy Research Working Paper 6025, (April), 1–4.
- Elisabeth, A. (2021). Gap Literasi Keuangan di Kota dan Desa Tinggi, OJK Ungkap Penyebabnya. Diambil dari <https://www.idxchannel.com/economics/gap-literasi-keuangan-di-kota-dan-desa-tinggi-ojk-ungkap-penyebabnya>, diakses 24 Desember 2022.
- Firdausi, A. (2018). Hindari Investasi Bodong Dengan Literasi Finansial. *Jurnal AKRAB*, 9(2), 95–106. <https://doi.org/10.51495/jurnalakrab.v9i2.190>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10 (Edisi 10)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Mahra Fairus Fatami Hajar & Yuyun Isbanah. Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, kontrol diri dan teman sebaya terhadap perilaku menabung penggemar *K-pop*

Hakim, A.R., Mardhiyah, A., Muhammad Irham, D., Nurkholifah, N., Ramdani, Z., & Amri, A. (2021). Pembentukan Identitas Diri Pada Kpopers the Building of Self-Identity on Kpopers. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1), 18–31.

Hendra, & Afrizal, A. (2020). Pengaruh kontrol diri, literasi keuangan, dan inklusi keuangan terhadap perilaku menabung mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi universitas pasir pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 98–106.

Hove, L. Van, & Dubus, A. (2019). M-PESA and financial inclusion in Kenya: Of paying comes saving? *Sustainability (Switzerland)*, 11(3), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su11030568>

IPrice Insights Team. (2020). Fans BTS, TWICE, dan Blackpink Habiskan 20 Jutaan untuk Idola Mereka. Diambil dari <https://kumparan.com/kumparank-pop/survei-penggemar-k-pop-bisa-habiskan-rp-20-juta-per-tahun-untuk-idolanya-1uiIF3RzI6F/full>, diakses pada 13 Juni 2023.

Iskandar, P. Z., & Zuliestiana, D. A. (2021). Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Album Musik Atau Merchandise Kpop (Studi Pada Penggemar Musik Kpop). *eProceedings of Management*, 8(1211800059), 78–88.

Javier, F. (2021, Agustus 5). Ada 7,5 Miliar Twit K-Pop pada Juli 2020-Juni 2021, Terbanyak dari Indonesia - Data Tempo.co. Diambil dari <https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia>, diakses pada 19 Oktober 2022.

Kadir, J. M. A., Shoukat, A., Naghavi, N., & ... (2021). The Saving Behavior in Emerging Country: The Role of Financial Knowledge, Peer Influence and Parent Socialization. *Pakistan Business ...*, 22(4), 629–644.

Kamawar, D., Connolly, K., Astle-Rahim, A., Smygwyty, S., & Vendetti, C. (2019). Preschoolers' Saving Behavior: The Role of Planning and Self-Control. *Child Development*, 90(4), e407–e420. <https://doi.org/10.1111/cdev.13037>

Karina. (2021). Mau Tabungan Cepat Berkumpul? Coba Tips Menabung ala K-Popers Ini. Diambil dari <https://www.google.com/amp/s/www.kompas.tv/amp/article/234737/videos/mau-tabungan-cepat-terkumpul-coba-tips-menabung-ala-k-popers-ini>, diakses pada 9 Januari 2023.

Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan* (Revisi). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kim, G. J., & Hanna, S. D. (2017). Do Self-Control Measures Affect Saving Behavior? *Journal of personal finance*, 16(2), 7–19.

Kim, Y. (2021, Juli 30). K-pop kembali cetak rekor dengan 7,5 milyar Tweet. Diambil dari https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2021/kpop-kembali-cetak-rekor-dengan-7-5-milyar-tweet, diakses pada 29 Oktober 2022.

Lie, S., Astuti, D., & Malelak, M. I. (2020). The Effect of Financial Literacy and Demographics on The Saving Behavior of The Millennial Generation. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 3(2), 110–118. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.9744/ijfis.3.2.110-118>

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>

Mirza Gayatri, A., & Muzdalifah, M. (2022). Memahami Literasi Keuangan sebagai upaya Pencegahan Perilaku Konsumtif dari Pinjaman Online. *Judicious*, 3(2), 297–306. <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2.1113>

- Morgan, P. J., & Long, T. Q. (2020). Financial Literacy, Financial Inclusion, and Savings Behavior in Laos. *Journal of Asian Economics*, 68, 101197. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2020.101197>
- Nurani, N. (2018). 5 Hal Negatif yang Perlu Diwadapai Fans K-Pop. Diambil dari <https://kumparan.com/kumparank-pop/5-hal-negatif-yang-perlu-diwaspadai-fans-k-pop/full>, diakses pada 29 Oktober 2022.
- OJK.go.id (2013). Literasi Keuangan. Diambil dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx>. Diakses pada 29 Oktober 2022.
- OJK go.id. (2016). POJK tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau masyarakat. Diambil dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/peraturan-ojk/default.aspx>. Diakses pada 29 Oktober 2022.
- OJK. go.id. (2020). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019. Diambil dari <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-2019.aspx>. Diakses pada 29 Oktober 2022.
- Peiris, T. U. I. (2021). Effect of Financial Literacy on Individual Savings Behavior; the Mediation Role of Intention to Saving. *European Journal of Business and Management Research*, 6(5), 94–99. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.5.1064>
- Putri, E. B., & Wahjudi, E. (2022). Pengaruh Literasi Finansial, Inklusi Keuangan, Teman Sebaya, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(3), 217–231. <https://doi.org/10.26740/jpak.v10n3.p217-231>
- Rafiuddin, F., Dwi Ayu Parmitasari, R., & Rusnawati. (2022). Saving Habits Generasi Millennial : Self Control, Parental Socialization dan Peer Influence di Kota Makassar. *Study of scientific and behavioral management*, 3(1), 1–10.
- Raszad, S. E. F., & Purwanto, E. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Menabung (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 51. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.966>
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar KPOP dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13–23.
- Rizensia.com. (2021). Motivasi Nabung Ala Penggemar K-Pop, Bisa Nabung Buat Beli Hewan Qurban!!. Diambil dari <https://www.rizensia.com/2021/05/motivasi-menabung-ala-penggemar-idol-k.html>. Diakses pada 29 Oktober 2022.
- Safitri, R. (2018). Album Sampai Konser, Berapa Sih Biaya Yang Diperlukan Seorang Penggemar K-Pop? Diambil dari <https://www.kapanlagi.com/korea/album-sampai-konser-berapa-sih-biaya-yang-diperlukan-seorang-penggemar-k-pop-4a0fa9.html>, diakses pada 19 Oktober 2022.
- Said, S., & Amiruddin, A. M. A. (2017). Literasi Keuangan Syariah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (Studi Kasus UIN Alauddin Makasar) Salmah Said dan Andi Muhammad Ali Amiruddin Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Keywords : Literasi , Keuangan , Islam , Perguruan Tinggi , UIN Alaud. *al-Ulum*, 17(1), 44–64. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>
- Sarajwati, M. K. A. (2020). Fenomena Korean Wave di Indonesia. Diambil dari <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>, diakses pada 19 Oktober 2022.
- Sekarwati, M. A., & Susanti. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Modernitas

Mahra Fairus Fatami Hajar & Yuyun Isbanah. Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, kontrol diri dan teman sebaya terhadap perilaku menabung penggemar *K-pop*

Individu Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*, 16(2), 268–275.

Sugiasih, I., & Cahyanti, S. M. (2019). Harga Diri dan Depresi Penggemar K-Pop yang Melakukan Pembelian Kompulsif. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10).

Suryanti, R., Setyawan, W., & Dwi Nopiana, U. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saving Behavior Generasi Milenial. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 6(01), 47–58. <https://doi.org/10.37366/akubis.v6i01.222>

Theresa, J., & Bona, C. (2019). The Savings Behavior of The iGeneration. *Religion. Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(15), 122–128.

Triadanti, N., Azasya, S., Barus, R., & Wardoyo, E. (2019). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?. Diambil dari <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>, diakses pada 15 Oktober 2022.

Tyas, A. R., & Rahmawati, I. Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Menabung Di Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Jendral Soedirman dan Universitas Wijaya Kusuma). *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v1i1.10402>

Utami, D. S., & Sirine, H. (2016). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Menabung Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(1), 27–52.

Wardani, P. D., & Susanti. (2019). Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 189–196.

Werneryd, K.-E. (1999). *The Psychology of Saving: A Study on Economic Psychology*. Cheltenham United Kingdom: Edward Elgar.

Widya, A. (2021). Pengakuan Penggemar K-Pop Soal Saving Money Challenge Ala Fans K-Pop. Diambil dari <https://www.grid.id/parapuan/read/532852924/pengakuan-penggemar-soal-saving-money-challenge-ala-fans-kpop>, diakses pada 9 Januari 2023.

Worang, J. J. K. J., Tulung, J. E., & Pandowo, M. H. C. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 893–902.

Wulandari, D. A., & Susanti. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Uang Saku, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 07(02), 263–268.

Zulaika, M. D. S., & Listiadi, A. (2020). Literasi Keuangan, Uang Saku, Kontrol Diri, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 137–146.