

SKRIPSI

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *FINANCIAL BEHAVIOR* DAN *SELF CONTROL* TERHADAP *CONSUMPTIVE BEHAVIOR* PADA KOLEKTOR *MERCHANDISE K-POP*



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : MICHELLE BRITNEY ATTAN

NPM : 115190425

**UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022

SKRIPSI

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *FINANCIAL BEHAVIOR* DAN *SELF CONTROL* TERHADAP *CONSUMPTIVE BEHAVIOR* PADA KOLEKTOR *MERCHANDISE K-POP*



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : MICHELLE BRITNEY ATTAN

NPM : 115190425

**UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Michelle Britney Attan
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 001105019040205
Program Studi : Manajemen Bisnis
Alamat :
Telp. :
tIP. :

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 14 Januari 2023



Michelle Britney Attan

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Michelle Britney Attan
NIM : 115190425
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Manajemen Keuangan
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Behavior*
dan *Self Control* Terhadap *Consumptive Behavior*
Pada Kolektor *Merchandise K-pop*.

Jakarta, 12 Januari 2023

Pembimbing,



(Khairina Natsir Dra., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MICHELLE BRITNEY ATTAN
NPM : 115190425
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN

Judul Skripsi

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *FINANCIAL BEHAVIOR* DAN *SELF CONTROL* TERHADAP *CONSUMPTIVE BEHAVIOR* PADA KOLEKTOR *MERCHANDISE K-POP*.

Telah diuji pada Ujian Skripsi tanggal 20 Januari 2023 dan dinyatakan lulus,
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. DR. INDRA WIDJAJA, SE., M.M.
2. DRS. M. TONY NAWAWI, M.M.
3. DRA. KHAIRINA NATSIR, M.M.

Jakarta, 20 Januari 2023
Pembimbing



(Dra. Khairina Natsir, M.M)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

(A) Michelle Britney Attan (115190425)

(B) PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *FINANCIAL BEHAVIOR* DAN *SELF CONTROL* TERHADAP *CONSUMPTIVE BEHAVIOR* PADA KOLEKTOR *MERCHANDISE K-POP*.

(C) *xv + 85 pages, 2023, Table; 14, Pictures; 11 dan Attachments; 4.*

(D) *FINANCIAL MANAGEMENT*

(E) *Abstract :The purpose of this research is to analyze the effect of financial literacy, financial behavior and self control on consumptive behavior. The research design used in this research is descriptive quantitative reseach design.The population of this research was collected by using a questionnaire on google form which was distributed using a non-probability sampling technique which is a collector of K-pop merchandise in Jabodetabek with a total of 160 respondents. The analysis technique used is SEM (Structural Equation Model) which is processed using Smart-PLS software. The results of this research are that financial literacy have a significant and negative effect on consumptive behavior, financial behavior have no significant and negative effect on consumptive behavior and self control have a significant and positive effect on consumptive behavior.*

(F) *Keywords : Financial Literacy, Financial Behavior, Self Control, Consumptive Behavior.*

(G) *Resources : 67, (1973-2022)*

(H) Khairina Natsir Dra., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

(A) Michelle Britney Attan (115190425)

(B) PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *FINANCIAL BEHAVIOR* DAN *SELF CONTROL* TERHADAP *CONSUMPTIVE BEHAVIOR* PADA KOLEKTOR *MERCHANDISE K-POP*.

(C) xv + 85 halaman, 2023, Tabel; 14, Gambar; 11 dan Lampiran; 4.

(D) Manajemen Keuangan

(E) Abstrak : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dari penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner pada *google form* yang dibagikan dengan teknik pemilihan sampel *non-probability sampling* yang merupakan kolektor *merchandise K-pop* di Jabodetabek dengan total 160 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Model*) yang diolah oleh menggunakan *software* Smart-PLS. Hasil pada penelitian ini adalah literasi keuangan berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap perilaku konsumtif. Perilaku keuangan berpengaruh secara tidak signifikan dan negatif terhadap perilaku konsumtif Kontrol diri berpengaruh secara signifikan dan positif.

(F) Kata kunci : Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif.

(G) Daftar Pustaka : 67, (1973-2022)

(H) Khairina Natsir Dra., M.M.

HALAMAN MOTTO

”Bagi manusia hal ini tidak mungkin, tetapi bagi Allah segala sesuatu mungkin.”

Matius 19 : 26

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk Adik,
Keluarga, serta sahabat
yang saya kasihi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Khairina Natsir Dra., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumangara.
3. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., sebagai Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Orang tua penulis yang telah memberikan dukungan.
5. Soedarto Attan dan Fenny Thiosjah selaku Opa dan Oma penulis yang telah memberikan dukungan dalam segala hal selama perkuliahan dan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Natasha Edyta Attan selaku adik penulis yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Felycia Audrey dan Joceline Sagita selaku sahabat, tempat berkeluh kesah dan teman seperjuangan.
8. Sahabat – sahabat penulis sejak awal perkuliahan : Latifah, Regina Aprilia, Erika.
9. Metta Chrestella selaku sahabat penulis sejak SMP yang telah memberikan dukungan selama ini.

10. Teman-teman *online* penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini : Kak Afni, Kak Res dan Amel.
11. “J” yang telah memberikan dukungan, masukan dan bantuan selama penyusunan skripsi ini dan sebagai tempat berkeluh kesah setiap harinya.
12. *Seventeen* dan *Enhypen* selaku idola penulis karena telah menghibur dan menemani penulis dengan karya nya selama proses penyusunan skripsi ini.
13. Serta seluruh pihak yang telah berkontribusi, yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca akan sangat diterima. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, Januari 2023

Michelle Britney Attan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
A. Permasalahan.....	1
B. Tujuan dan Manfaat.....	8
BAB II.....	9
A. Gambaran Umum Teori.....	9
B. Definisi Konseptual Variabel.....	11
C. Kaitan antara Variabel – Variabel.....	15
D. Penelitian yang Relevan	17
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	23
BAB III.....	24

A. Desain Penelitian.....	24
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel.	24
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	25
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	30
E. Analisis Data.....	31
BAB IV.....	34
A. Deskripsi Subyek Penelitian.....	34
B. Deskripsi Obyek Penelitian.....	37
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data.....	44
D. Hasil Analisis Data.....	49
E. Pembahasan.....	51
BAB V.....	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Keterbatasan dan Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	65
Lampiran 1. Kuesioner.....	65
Lampiran 2. Tanggapan Responden.....	72
Lampiran 3. Profil Responden.....	77
Lampiran 4. Hasil Analisis Data.....	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	81
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relavan	17
Tabel 3. 1 Skala Likert	25
Tabel 3. 2 Pengukuran Financial Literacy	26
Tabel 3. 3 Pengukuran Financial Behavior	27
Tabel 3. 4 Pengukuran Self Control.....	28
Tabel 3. 5 Pengukuran Consumptive Behavior	29
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Terhadap Financial literacy.....	37
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap Financial behavior	39
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Self control.....	40
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Consumptive Behavior	42
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Pertama	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kedua.....	46
Tabel 4. 7 Hasil Average Variance Extraced (AVE)	47
Tabel 4. 8 Hasil Fornell-Larcker	47
Tabel 4. 9 Hasil Cross Loading.....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji R Square (R²)	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Predictive Relavance.....	49
Tabel 4. 13 Hasil Path Coefficient	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Effect Size	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Theory of Reasoned Action (TRA)	9
Gambar 2. 2 Theory of Reasoned Action (TRA)	10
Gambar 2. 3 Model Penelitian	23
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	35
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Domisili	35
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Penghasilan Per-bulan	36
Gambar 4. 6 Hasil Uji Validitas Pertama	44
Gambar 4. 7 Hasil Uji Validitas Kedua	46
Gambar 4. 8 Hasil Bootstraping	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	68
Lampiran 2. Tanggapan Responden.....	75
Lampiran 3. Profil Responden.....	80
Lampiran 4. Hasil Analisis Data.....	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan globalisasi yang semakin pesat sangat mempengaruhi segala aspek kehidupan baik dalam bidang teknologi, sosial, politik, ekonomi, budaya dll. Globalisasi sendiri adalah seperangkat transformasi yang saling memperkuat dunia, yang meliputi perubahan konsep ruang dan waktu, kebergantungan pasar dan produksi ekonomi di negara-negara yang berbeda, peningkatan interaksi kultural, meningkatnya masalah bersama dalam bidang ekonomi, lingkungan, dan permasalahan lazim lainnya (Cohen dan Kennedy, 2000). Globalisasi yang terjadi sendiri memberikan dampak baik positif maupun negatif dalam kehidupan masyarakat. Salah satu dampak positif dari globalisasi yaitu dapat memacu kreatifitas dan inovasi di kalangan masyarakat luas. Dimana hal ini berarti globalisasi dapat menciptakan kondisi di mana setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk dapat bersaing di ranah global.

Dapat dikatakan bahwa globalisasi telah membawa perspektif baru terhadap konsep dunia tanpa batas yang saat ini telah menjadi realita dan berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan budaya yang ada yang pada akhirnya membawa perubahan baru. Salah satu fenomena globalisasi budaya yang sedang marak di Indonesia adalah budaya korea yang biasa disebut dengan *Hallyu* atau *Korean Wave* (Mar'a Kamila Ardani Sarajwati, 2020). Perkembangan teknologi informasi yang masif akibat adanya globalisasi menjadi faktor utama penyebab besarnya antusiasme publik terhadap *Korean Wave* di Indonesia.

Korean wave atau yang biasa disebut juga dengan istilah *Hallyu* adalah istilah yang diberikan untuk penyebaran budaya populer Korea melalui produk-produk seperti drama, musik, makanan, *style*, dll. Sebenarnya, *Korean wave* sendiri bukan merupakan suatu hal yang baru, karena hal ini sudah terjadi sejak

beberapa tahun silam. Namun belakangan ini, budaya Korea menjadi suatu hal yang sedang marak dan digemari oleh banyak masyarakat di Indonesia dari berbagai kalangan baik dari usia muda hingga dewasa sekalipun. Fenomena dari *Korean Wave* yang terjadi di Indonesia sendiri dapat kita lihat dari banyaknya budaya Korea yang diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari seperti *fashion*, *make-up*, makanan, gaya bicara, dll. Fenomena ini juga dapat dilihat dari terdapat banyaknya *brand* di Indonesia yang berlomba-lomba menggandeng artis Korea baik sebagai *brand ambassador* maupun untuk sekedar berkolaborasi dengan tujuan untuk menarik perhatian dari publik terutama penggemar budaya Korea. Salah satu contoh nyata dari fenomena *Korean Wave* ini adalah Mcd x BTS.

Salah satu produk dari *Korean Wave* yang sedang sangat digandrungi oleh masyarakat Indonesia adalah *K-pop*. *K-pop* sendiri merupakan singkatan dari *Korean Pop* yang berarti musik populer yang berasal dari Korea. Di Indonesia sendiri, penyebaran budaya korea dimulai pada tahun 2002 dimana pertama kali *K-Drama (Korean Drama)* ditayangkan di Indonesia oleh stasiun televisi Indonesia. Lalu terus berkembang dan disusul dengan masuknya *K-pop* di Indonesia pada tahun 2011 melalui penayangan program televisi musik mingguan Korea Selatan. Semenjak itu, *K-pop* terus berkembang dengan pesat sampai sekarang yang didukung dengan perkembangan teknologi yang ada seperti *youtube*, *spotify*, dll. Kemampuan vokal, menari dan penampilan yang menarik dari artis *K-pop* juga menjadi daya tarik bagi masyarakat Indonesia. Selain itu kepribadian dari setiap *idol* juga menjadi salah satu daya tarik yang membuat banyak grup *K-pop* di sukai oleh masyarakat Indonesia.

Menurut Jeanette & Sinta (2018), penggemar adalah seseorang yang menggemari sesuatu dengan antusias dan secara kolektif kelompok penggemar akan membentuk kelompok penggemar (*fanbase*) atau *fandom*. Menurut Matt Hills (2002), fans adalah seseorang yang terobsesi dengan bintang, selebriti, film, program TV, band tertentu: seseorang yang dapat menghasilkan banyak informasi tentang objek *fandom* mereka, dan dapat mengutip baris atau lirik, bab, dan syair favorit mereka.

Terdapat banyak kegiatan yang dilakukan oleh penggemar dalam mendukung idolanya. Mulai dari mencari informasi mengenai idolanya melalui internet, *streaming music video* dan karya dari idolanya di *platform youtube* maupun *spotify*, sampai dengan membeli album dan *merchandise official* sebagai bentuk dukungan kepada idolanya.

Perkembangan *K-pop* pun telah berpengaruh juga pada kepribadian penggemar. Pengaruh tersebut dapat terlihat dari terlibatnya pertengkaran antar penggemar *K-pop*, histeris di tempat umum dan berperilaku konsumtif (Etikasari, 2018). Perilaku konsumsi yang dilakukan oleh penggemar *K-pop* umumnya meliputi mengunduh video, membeli *merchandise*, dan menonton konser (Nursanti, 2013). Para penggemar tak segan untuk mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli album, *merchandise*, tiket konser, *photocard*, dll.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan (Wahyuni et al, 2019). Sedangkan menurut Melina & Wulandari (2018), perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah yang berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia dalam melakukan konsumsi yang tiada batas, atau membeli sesuatu barang secara berlebihan dan tak te-rencana dengan baik (Theodorus et al, 2017). Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang dalam mengkonsumsi sesuatu yang dilakukan secara berlebihan yang didasari dengan keinginan semata bukan berdasarkan kebutuhan.

Menurut Laila Meiliyandrie Indah Wardani dan Ritia Anggadita (2021), perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang dipengaruhi oleh motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, dan konsep diri. Sementara faktor eksternal yang

mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

Proses belajar dapat diartikan sebagai perubahan pada seseorang yang terjadi karena adanya pembelajaran atau pengalaman. Dengan kata lain proses belajar dapat diartikan sebagai pengetahuan atau pengalaman dari seseorang dimana pengetahuan dan pengalaman tersebut dapat mempengaruhi timbulnya perilaku konsumtif, termasuk salah satunya pengetahuan mengenai cara mengelola keuangan. Pengetahuan mengenai cara mengelola keuangan dapat diperoleh dari literasi keuangan atau *financial literacy*.

Menurut Fuad Abdul, dkk (2018), *financial literacy* adalah pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap konsep keuangan dan berbagai manfaat, resiko dan kewajiban produk keuangan untuk mengaplikasikannya kedalam kehidupan ekonomi. Menurut Wayan dan Ni Kadek (2022), *financial literacy* juga dapat diartikan sebagai suatu proses untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) agar keuangan masyarakat dapat lebih sejahtera dan juga mampu mengelola keuangan. Kemampuan keuangan yang dimiliki tidak hanya dalam pengelolaannya namun juga dalam pengambilan keputusan keuangannya. Tingkat literasi keuangan yang baik sendiri akan memberikan dampak pada kesejahteraan masa depan pribadi dan keluarga (Gunawan et al., 2019).

Upaya dalam meningkatkan kesejahteraan finansial seseorang, memerlukan adanya tekanan terhadap *financial behavior* atau perilaku keuangannya. *Financial behavior* sendiri cenderung pada praktik seseorang dalam menggunakan sistem manajemen keuangan pada pengelolaan dan pengambilan keputusan keuangannya. *Financial behavior* merupakan suatu ilmu yang mempelajari tingkah laku seorang individu tentang bagaimana memperlakukan sumber daya keuangannya dari berbagai tipe-tipe kepribadian individu dalam mengambil keputusan keuangan dan dari perilaku keuangan dapat dilihat bagaimana seorang individu dalam mengelola keuangannya (Dyah dan Sri, 2018).

Motivasi merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu bertindak atau berbuat. Setiap orang selalu mempunyai motivasi dalam memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya. Motivasi merupakan hal yang mendasari dalam pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), motivasi adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Didalam psikologi, pengertian motivasi adalah usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya. Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah hal yang mendasari seseorang dalam melakukan tindakan guna memenuhi kebutuhan dan mencapai kepuasan. Dalam pengambilan keputusan terhadap tindakan dalam memenuhi kebutuhannya, motivasi berkaitan erat dengan *self control*. *Self control* dapat diartikan sebagai pengendalian tingkah laku dari seorang individu dalam mengambil keputusan dengan mempertimbangkan hal yang baik dan benar. *Self control* memiliki peranan dalam munculnya perilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Febria Grace Sapan Palamba pada tahun 2018 didapati hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lain juga dilakukan oleh Rika Wahyuni, dkk (2019) dimana hasil penelitian didapati hasil bahwa gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil yang berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Sri Deviyanti (2020) dimana didapati hasil bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Rianti Hikmah (2019) dimana didapati hasil *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Ramadhanatry (2020) ditemukan hasil bahwa *financial behavior* berpengaruh signifikan terhadap

perilaku konsumtif. Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dyah dan Sri (2018), didapati hasil bahwa *financial behavior* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara hasil penelitian dari Dewi Arum dan Riza Noviana (2021) didapati bahwa *financial behavior* berpengaruh signifikan negatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Ratih Dewi (2020) didapati hasil *self control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil yang sama juga didapati dari penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurjanah, et al (2019) dimana *self control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Rianti Hikmah (2019) didapati hasil bahwa control diri (*self control*) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian yang tidak seragam dan dengan adanya fenomena perilaku konsumtif pada kolektor *merchandise Kpop* serta masih sedikitnya penelitian terkait perilaku konsumtif pada kolektor *merchandise Kpop*, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul penelitian “Pengaruh *Financial literacy*, *Financial behavior* dan *Self control* Terhadap *Consumptive behavior* pada Kolektor *Merchandise Kpop*”.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka terdapat beberapa masalah yang ditemukan dalam penelitian ini, antara lain :

- a. Terdapat pengaruh *financial literacy* terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.
- b. Terdapat pengaruh *financial behavior* terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.
- c. Terdapat pengaruh *self control* terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.
- d. Terdapat pengaruh motivasi terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.
- e. Terdapat pengaruh observasi terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.

- f. Terdapat pengaruh proses belajar terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.
- g. Terdapat pengaruh konsep diri terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.
- h. Terdapat pengaruh kebudayaan terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.
- i. Terdapat pengaruh kelas sosial terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.
- j. Terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.
- k. Terdapat pengaruh keluarga terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop*.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan keterbatasan jurnal, waktu dan luasnya ruang lingkup kolektor *merchandise Kpop* di Indonesia, maka penelitian ini dibatas dengan alasan sebagai berikut:

- a. Dengan luasnya faktor dari perilaku konsumtif, maka penelitian ini hanya berfokus pada variabel *financial literacy*, *financial behavior* dan *self control*.
- b. Dengan adanya keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian, maka teknik pengumpulan data yang digunakan hanya menggunakan *google form* yang disebarakan melalui media social seperti *Twitter*, *line*, *Instagram* dan *Whatsapp*.
- c. Dengan luasnya ruang lingkup kolektor *merchandise Kpop* di Indonesia, maka penelitian ini hanya berfokus pada kolektor *merchandise Kpop* di Jabodetabek.

4. Rumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh *financial literacy* terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop* di Jabodetabek?
- b. Apakah terdapat pengaruh *financial behavior* terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop* di Jabodetabek?

- c. Apakah terdapat pengaruh *self control* terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop* di Jabodetabek?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu :

- a. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *financial literacy* terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop* di Jabodetabek.
- b. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *financial behavior* terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop* di Jabodetabek.
- c. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *self control* terhadap *consumptive behavior* pada kolektor *merchandise Kpop* di Jabodetabek.

2. Manfaat

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini antara lain :

- a. Bagi Peneliti
Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah untuk memperluas pengetahuan peneliti terkait pengaruh dari *financial literacy*, *financial behavior* dan *self control* terhadap *consumptive behavior*.
- b. Bagi Akademis
Manfaat penelitian ini bagi para akademis adalah sebagai referensi penelitian yang akan dilakukan kedepannya.
- c. Bagi Pembaca
Manfaat penelitian ini bagi pembaca adalah untuk memberikan pemahaman lebih jauh mengenai pentingnya *financial literacy*, *financial behavior* dan *self control* terhadap *consumptive behavior*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dudung. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetif*. Vol 5 No 1.
- Agus Widarjono. (2018). Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya Disertai Panduan *Eviews*. Edisi kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Al-Kholilah, N. & Iramani, (2013). Studi *Financial Management Behavior* Pada Masyarakat Surabaya, *Journal of Business and Banking*, 3(1): 69-80.
- Ancok, D. (1995). Nuansa Psikologi Pembangunan. Yogyakarta: Insan Kamil, Pustaka Pelajar.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50 (2): 179 211
- (2002). *Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and theory of planned behavior*. *Journal of Applied Social Psychology* 32 (4): 665- 683.
- (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2nd Edition. New York: Open University Press.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jakarta : Rineka Cipta
- Arum, Dewi dan Riza Noviana. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-Commerce Shopee*. *CHARACTER: Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol (8) No. (9).
- Asadifard, Rahman, Aziz, dan Hashim. (2015). *A Review on Tourist Mall Patronage Determinant in Malaysia*. *International Journal of Innovation, Management dan Technology*, Vol. 6. No. 3.

- Averill, J.R. (1973). *Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. Department of Psychology. University of Massachusetts, Amherst, MA. 80:268-303.*
- Baker, H. Kent dan Nofsinger, John R. (2010). *Behavioral Finance Investor, Corporations, and Markets. New Jersey: John Wiley and Sons Inc.*
- Chen, H. & Volpe, R. P. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. Financial services review 7 (2) 1998.*
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research, 295, 336.*
- Ciakrawinata, Joshua Pragoyo dan Evelyn. (2021). Pengaruh *Financial Literacy* dan *Financial Behavior* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dan Alumni UK Petra Asal Kota Tarakan. *Prosiding HUBISINTEK. Vol. 2 No. 1.*
- Cohen, Kennedy. (2000). *GLOBALIZATION: COHEN'S THEORY AND THE MORAL PANIC. Afro Asian Journal of Social Sciences. Volume V, No 3. Quarter III 2014.*
- D. Gunarsa, Singgih & D. Gunarsa, Yulia Singgih. (2002). Psikologi Untuk Membimbing. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Deviyanti, Sri. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas XII IPS SMA Negeri 3 Makassar. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. <http://eprints.unm.ac.id/16919/1/JURNAL%20SRI%20DEVIYANTI%20docx.pdf> (online).
- Dewi, Ratih. (2020). Pengaruh *Life Style, Self Control* dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan *Online Shopping. Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi. Volume 16, Nomor 1, April 2020. Hal.29-36.*

- Dilasari, D. (2020). Pengaruh *Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Life Style, Locus of Control* dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(4), 74-87. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/658>
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol diri remaja penggemar *K-pop (k-popers)* (Studi pada penggemar k-pop di Yogyakarta). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(3), 190–202.
- Faizah, Nihayatul. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Penggemar *K-pop* Di DKI Jakarta. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fishbein, M., I. Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley
- Fuad, Abdul Fattah., Indriayu Mintasih, S. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, Vol.4 No.1, 2018, Hal 11- 21. DOI: 10.20961/bise.20028.
- Ghufron, Nur dan Rini Risnawati. (2011). *Teori-Teori Psikologi*. Jakarta: Ar-ruzz Media.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan *Smart PLS 3.0* Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta: BPFE.
- Gunawan, Ade., Delyana Rahmawany Pulungan & Murviana Koto. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Seminar Nasional & Call for Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS)*.
- Hair, Joe F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). *PLS-SEM: Indeed a silver bullet*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–151. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

- Hidayah, R.W. (2015). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Produk Fashion pada Mahasiswa Putri di Surakarta. Naskah Publikasi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hsu, M.H., Chiu, C.M. (2000). *Predicting Electronic Service Continuance with a Decomposed Theory of Planned Behavior*. *Behavior & Information Technology*.
- Idola, P. P. Farah, D. P. L, Reni, N. (2019). *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*. *Pro TVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film*, 3(1), 68-80.
- Ismail, V. Y. dan Zain, E. (2008). Peranan Sikap, Norma Subjektif, dan *Perceived behavioral control* pada Intensi Pelajar SLTA untuk Memilih Fakultas Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 5, 12-14.
- Jeanette & Sinta Paramita. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial *Fanboy* dan *Fangirl ARMY* Terhadap *BTS*). Universitas Tarumanegara. *Vol. (2), No. (2), Desember 2018, Hal 393-400*
- Kanserina, Dias. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiska 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. *Vol. 5 No. 1*.
- Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ritia Anggadita. (2021). Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja. Penerbit NEM.
- Lubis, Y. (1993). Pola Hidup Konsumtif:Antara Kapitalisme dan Nafsu Prestise. *Ekonomika*. 1..XVII.47.Yogyakarta.
- Margaretha, Farah dan Reza Arief Pambudhi. (2015). Tingkat Literasi Keuangan pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *JMK, Volume 17 No. 1. Maret 2015. Hal. 76–85*.

- Marwo, Theodorus, Partono Thomas, St. Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*, 6 (1), 60 -65.
- Melina, A., & Wulandari. S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*. 2(1), 141-152.
- Messina. (2003). *Developing self-control*. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha. Ltd.
- Muchlisin Riadi. (2018). Pengertian, Tingkat, Aspek dan Pengukuran Literasi Keuangan. <https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-tingkat-aspek-dan-pengukuran-literasi-keuangan.html> (online).
- Mujahidah, A. Nooriah. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya. *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application and Development*. 1(1): 1-10.
- Nababan, D., dan Sadalia, I. (2012). Analisis *Personal Financial Literacy* dan *Financial Behavior* Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1 – 16
- Nawawi, H. Hadari. (1983). Metode Penelitian Deskriptif. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Nur, Ramadhanatry Muhammad. (2020). Pengaruh *Financial Behavior* dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Pemasaran Smk Negeri 7 Medan. Skripsi, Universitas Negeri Medan.
- Nurjanah, Siti. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan *Self Control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *PARAMETER: Jurnal Pendidikan*. Vol. (31) No. (2).
- Nursanti, Meivita Ika. (2013). Analisis Deskriptif Penggemar *K-pop* sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya.

Universitas Diponegoro. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/2259/2274> (online).

- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). In Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Siaran Pers Survei OJK 2019: Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Meningkat. Sp 58/Dhms/Ojk/Xi/2019, 1.
- Palamba, Febria Grace Sapan. (2018) Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma. Skripsi thesis, Sanata Dharma University.
- Prihastuty, Dyah Rini dan Sri Rahayuningsih.(2018). Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Behaviour*, *Financial Attitude* dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Starata 1 Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya. September 2018. Vol. 03. No. 02. Hal 121-134. E-ISSN : 2502-8308.*
- Ramadhani, Rianti Hikmah. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara). FEB Universitas Sumatera Utara.
- Reinartz, W., Haenlein, M., & Henseler, J. (2009). *An Empirical Research Comparison of the Efficacy of Covariance-based and Variance-based SEM. Faculty & Research Working Paper INSEAD Business School.*
- Regina C.M.Chita, Lydia David & Cicilia Pali. (2015). Hubungan Antara *Self-Control* Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*, 3(1), 297-301.
- Ricciardi, V., Simon., H. K., (2000). *What is behavioral finance: Business, education & technology journal.* 2(2), 1-9.

- Rinaldy, Teuku. (2021). Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Behavior*, *Financial Attitude*, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh), *Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Rusadi, Ni Wayan Purnama., Ni Wayan Dian Irmayani & Ni Kadek Sri Mirayani. (2022). Webinar *Online Literasi Keuangan (Financial Literacy)* Bagi Generasi *Millennial*. *JOONG-KI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. (1), No. (2)*. 240-244.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. 7th Edition*, Wiley & Sons, West Sussex.
- Shim, S., Barber, B. L., Card, N. A., Xiao, J. J. & Serido, J. (2009). *Financial Socialization of First-Year Collage Students: The Roles of Parents, Work, and Education*. *Journal of Youth Adolescence*. DOI 10.1007/s10964-009-9432-x.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Triyaningsih, SL. (2011). Dampak *Online Marketing* melalui *Facebook* terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 11, No. 2, Oktober 2011: 172 – 177*.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara *Self Control* dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Money* pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 9(4), 271-279. <https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950>.
- Wahyuni, Rika ., dkk. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita. Vol. (4) No. (3)*. (548-559).

- Wardani, Laila Meiliyandrie Indah dan Ritia Anggadita. (2021). Konsep Diri dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja. Jawa Tengah. Penerbit NEM.
- Wicaksono, Edrea Divarda, (2015). Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku pembayaran Kartu Kredit Pada Karyawan di Surabaya. *FINESTA*. Vol.03, No.01, pp:85-90.
- Yulia Etikasari. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar *K-Pop* (*K-Popers*), (Studi pada penggemar K-pop di Yogyakarta). Fakultas Ilmu Pendidikan UNY.
- Yuniar Rachdianti. (2011). Hubungan Antara *Self-Control* Dengan Intensitas Penggunaan Internet Remaja Akhir. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

