



Literasi Keuangan Memoderasi Hubungan FoMO, *Love of Money*, dan *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Risma Alifia Khoirunnisa^{1*}, Puji Endah Purnamasari²

^{1,2}Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

*Email: rismakhoirunnisa2122@gmail.com¹, <mailto:pujiendah@uin-malang.ac.id>²

Doi: <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i2.1801>

Diterbitkan oleh PoliteknikPiksi Ganesha Indonesia

Info Artikel

Diterima :

2024-06-11

Diperbaiki :

2024-06-14

Disetujui :

2024-06-19

Kata Kunci :

FoMO; *Love of Money*; *Self Control*;

Pengelolaan Keuangan Pribadi;

Literasi Keuangan, Penggemar K-Pop

ABSTRAK

Sebagai individu yang rentan terhadap konsumerisme yang dipengaruhi oleh tren global, media sosial, dan budaya populer, sangat penting bagi K-Popers untuk mengelola keuangan, yang mungkin memiliki efek negatif yang beragam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh FoMO, *love of money*, *self control*, terhadap pengelolaan keuangan pribadi pada penggemar K-Pop (Army) di Kota Malang dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Metode yang digunakan penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. 367 penggemar K-Pop (Army) di Kota Malang adalah sampel, yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Setelah pengumpulan data melalui kuesioner, SmartPLS digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa diantara para penggemar K-Pop (Army), *love of money* dan *self control* tidak memiliki dampak signifikan terhadap pengelolaan keuangan, FoMO memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Sedangkan literasi keuangan berpengaruh signifikan sebagai moderasi antara pengelolaan keuangan terhadap FoMO, *love of money*, *self control*.

ABSTRACT

As individuals who are prone to consumerism influenced by global trends, social media, and popular culture, it is crucial for K-Popers to manage their finances, which may have diverse negative effects. Therefore, this study aims to determine the effect of FoMO, love of money, self control, on personal financial management on K-Pop fans (Army) in Malang City with financial literacy as a moderating variable. The method used in this research is descriptive quantitative. 367 K-Pop fans (Army) in Malang City were the sample, which was selected using purposive sampling. After data collection through questionnaires, SmartPLS was used to analyse the data. The results showed that among K-Pop fans (Army), love of money and self-control have no significant impact on financial management, FoMO has a significant negative impact on personal financial management. Meanwhile, financial literacy has a significant moderating effect between financial management and FoMO, love of money, self control.

Keywords:

Fear of Missing Out; Love of Money;

Self Control; Personal Financial

Management, K-Pop Fans

Alamat Korespondensi

: Jl. Letjend Suprpto No.73 Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia 54311

PENDAHULUAN

Pengelolaan keuangan merupakan hal yang krusial bagi K-Popers sebagai individu yang rentan terhadap konsumerisme yang dipengaruhi oleh tren global, media sosial, dan budaya

populer. K-Popers adalah individu penikmat musik Korean Pop berbagai *girl group* maupun *boy group* yang tergabung dalam sebuah *fandom* dan memiliki minat yang sama.

ARMY adalah sebutan untuk penggemar grup musik K-Pop asal Korea Selatan, BTS. Mereka merupakan salah satu fandom terbesar di dunia, dengan basis penggemar yang sangat besar dan aktif. Army dikenal karena dedikasinya yang tinggi terhadap BTS, dukungan yang luar biasa terhadap grup, serta kegiatan amal dan sosial yang dilakukan atas nama BTS. Army juga sering terlibat dalam berbagai proyek kreatif dan inisiatif untuk mendukung BTS dan sesama penggemar. BTS sendiri mempunyai jumlah penggemar terbanyak dengan 40 juta penggemar di seluruh dunia (SeoulSpace.com, 2023). Menurut DataIndonesia.id (2022), survey yang dilakukan oleh BTS Army Census penggemar BTS ada di lebih dari seratus negara dan wilayah di seluruh dunia. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penggemar BTS terbanyak ke-3 dengan jumlah sebanyak 38.453 penggemar. Studi yang dilakukan KIC dan Zigi.id menemukan bahwa penggemar K-Pop menggunakan media sosial, khususnya Instagram, untuk terhubung dengan fandom dan komunitas online mereka (Katadata, 2022).

Penggemar K-Pop yang fanatic dapat menimbulkan tindakannya untuk melaksanakan berbagai hal, membeli merchandise, album dan tiket konser yang melebihi kemampuan keuangan mereka, dan rela mengerjakan berbagai hal untuk mendukung idola mereka. Tak jarang juga mereka mencoba meniru dan menyukai secara berlebihan (Fachrosi et al., 2020). Tanpa disadari perkembangan K-Pop mempengaruhi kepribadian penggemar, yaitu perilaku konsumtif. Dengan kata lain, penggemar selalu ingin mendukung idola mereka dengan mengeluarkan uang untuk membeli produk-produk berkaitan dengan K-Pop. Berbagai kasus telah menunjukkan masalah pengelolaan keuangan pribadi, salah satunya penipisan tiket konser melalui media sosial yang mengakibatkan kerugian 94 juta (Republika.com, 2023). Selain itu, seperti yang dikutip dari cncindonesia.com (2023), OJK menyebutkan adanya kenaikan pemakaian pinjaman online menjelang penjualan tiket konser. Pelaku pinjol melihat peluang ini dengan menyebarkan promosi untuk mendapatkan pinjaman agar bisa membeli tiket. OJK terus mengedukasi anak muda agar tidak berhutang untuk sesuatu yang konsumtif, seperti membeli tiket konser (cncindonesia.com, 2023).

Penelitian ini mencoba memahami hubungan antara FoMO, *love of money*, *self control*, literasi keuangan dan pengelolaan keuangan. Hasilnya dapat menunjukkan bagaimana penggemar K-Pop dapat meminimalisir dampak dari FoMO, *love of money*, dan meningkatkan *self control*, literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan dengan mempertimbangkan elemen-elemen ini dalam manajemen keuangan. Pemilihan variabel FoMO, *love of money*, *self control*, dan literasi keuangan pada penggemar K-Pop memperlihatkan dampak godaan konsumtif terhadap pengelolaan keuangan. FoMO mendorong pembelian impulsif, *love of money* memicu pengeluaran berlebihan, sementara *self control* dan literasi keuangan membantu mengelola perilaku tersebut. Dengan memperhatikan variabel-variabel ini, penggemar K-Pop dapat lebih bijaksana dalam mengelola keuangan, mengurangi dampak negatif godaan konsumtif, dan merencanakan masa depan finansial dengan lebih baik.

Menurut Apolo & Kurniawati (2023) Tingkat FoMO yang ditunjukkan oleh penggemar K-Pop dapat mempengaruhi keputusan keuangan mereka, khususnya terkait pengeluaran konsumtif atau tidak perlu. Tingkat FoMO yang lebih tinggi dikaitkan dengan biaya konsumtif

yang lebih tinggi dan kurangnya rencana keuangan yang baik. Perilaku konsumtif merupakan salah satu dampak gaya hidup hedonism. Gaya hidup hedonis mendorong seseorang untuk membeli sesuatu terlalu, bertindak boros, dan menyebabkan pengelolaan keuangan buruk (Misbahuddin & Prajawati, 2023). Sejalan dengan penelitian (Simarmata, 2021) seseorang yang merasa FoMO atau takut ketinggalan tren merasa dirinya harus mengikuti segalanya dan mengikuti gaya hidup dengan melakukan pembelian maupun tindakan yang tidak dibutuhkan. Penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Wulandari (2024) menyimpulkan bahwa FoMO berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Novitasari et al. (2021) dan Ary Busman (2022) menyimpulkan bahwa FoMO tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan.

Love of Money merupakan motivasi untuk mengumpulkan dan membelanjakan uang dalam jumlah besar, sehingga memungkinkan individu mencapai tujuan finansial (Fadila et al., 2023). Penggemar K-Pop yang sadar keuangan dapat mengurangi dampak negatif cinta uang pada pengelolaan keuangan pribadi. Dengan memiliki pengetahuan keuangan yang baik akan berpengaruh baik pada keputusan finansial dan terhindar dari mengeluarkan uang secara impulsif untuk mendapatkan lebih banyak uang (Cipto, 2022). Dengan kata lain, seseorang yang sangat menyukai uang tetapi tidak memahami cara mengelola uang dengan baik, mungkin membuat keputusan yang buruk tentang keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Sholehah dan Ishak (2022) serta Ulumudiniati dan Asandimitra (2022) menyimpulkan bahwa *love of money* berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan. Namun, bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini & Rahayu (2022) dan Simange et al (2022) menyimpulkan bahwa *love of money* tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan.

Self Control dalam pengelolaan keuangan pribadi berarti penggemar K-pop berhati-hati dalam menggunakan uang untuk tidak melakukan pembelian impulsif atau menghindari pembelian terjadwal agar terhindar dari perilaku konsumtif (Cipto, 2022). Mempunyai kemampuan *self control* yang baik akan membantu penggemar K-Pop mengelola pengeluaran dan memprioritaskan hal-hal yang dibutuhkan di masa depan (Salsyabilla Marsya Putri Erin Syahrial, 2022). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustika & Septina (2023), Ary Busman (2022) dan Andrew (2014) yang menemukan bahwa pengendalian diri meningkatkan manajemen keuangan pribadi. Namun, bertentangan dengan penelitian Nurjanah et al., (2024), Rey-Ares et al., (2021) dan Hidayanti et al (2023) menyimpulkan bahwa kontrol diri tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan. Hal tersebut disebabkan kontrol diri bukan satu-satunya faktor yang menentukan pengelolaan keuangan, melainkan dapat dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Penggemar K-Pop mungkin menghabiskan lebih banyak uang pada hobi mereka jika tidak mengelola keuangan dengan baik. Penggemar K-Pop mungkin mendapatkan uang dari pekerjaan atau bisnis mereka, seringkali tidak memahami konsep investasi dapat menghalangi mereka untuk membangun kekayaan jangka panjang. Memahami konsep dasar tentang keuangan, seperti perencanaan, manajemen risiko, dan investasi adalah literasi finansial dan sangat penting. Penggemar K-Pop yang tidak memiliki pengetahuan tentang keuangan mungkin lebih rentan untuk membuat keputusan yang tidak bijaksana tentang uang. Selain itu tren sosial di sekitar mereka dapat mempengaruhi mereka untuk mengikuti gaya hidup atau berbelanja

melebihi kemampuan keuangan mereka. Penggemar K-Pop yang memahami konsep keuangan akan bertindak bijak dan hati-hati dalam menggunakan uangnya. Hal tersebut dapat dilihat dari membayar tagihan tepat waktu, menghindari gaya hisap konsumtif, perencanaan keuangan, berinvestasi dan menabung. Zunaiarti & Rochmawati (2021) dan Purwanti (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh *self control* dan gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan. Dengan adanya fenomena-fenomena tentang pembelian impulsif, mendasari peneliti merumuskan judul penelitian FoMO, *Love of Money*, *Self Control* terhadap pengelolaan keuangan pribadi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi pada Penggemar K-Pop (Army) Kota Malang.

KAJIAN PUSTAKA

Behavior Finance Theory

Pada teori ini terdapat tiga aspek yang mempengaruhi *behavior finance* diantaranya, psikologi, sosiologi, dan keuangan (Ricciardi, 2000). Aspek psikologi meliputi emosi, perasaan takut, literasi keuangan, herding, overconfidence, dan evaluasi. Sedangkan aspek sosiologi meliputi, usia, jenis pekerjaan, tingkatan ekonomi, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin (Yuniningsih, 2020).

Theory of Planned Behavior

Teori ini memberikan penjelasan tentang bagaimana sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku persepsian terhadap niat dalam berperilaku (Ajzen, 1991). Menurut teori ini, perilaku seseorang adalah hasil dari keadaan yang sedang terjadi.

Pengelolaan Keuangan Pribadi

Perencanaan keuangan adalah proses perolehan tujuan keuangan, termasuk perencanaan pengelolaan keuangan (Susanto et al., 2022). Menurut Fathimatus Zahro Fazda Oktavia et al (2022) mengatakan bahwa pengelolaan keuangan pribadi dikategorikan menjadi empat bagian diantaranya, penggunaan anggaran, memilih sumberdana, manajemen resiko, dan perencanaan masa depan.

FoMO (*Fear of Missing Out*)

FoMO merujuk pada pengalaman di mana seseorang merasa khawatir bahwa orang lain mungkin sedang bersenang-senang atau mendapatkan pengalaman yang lebih baik, dan tidak ingin ketinggalan. (Przybylski et al., 2013) menyatakan *fear of missing out* merupakan perasaan cemas atau takut yang muncul ketika seseorang merasa tertinggal atau kehilangan kesempatan untuk mengalami sesuatu yang dianggap penting atau menyenangkan. FoMO memotivasi individu dengan karakteristik gaya hidup unik untuk berpartisipasi aktif di media sosial, memungkinkan mereka memahami dan berkontribusi pada media sosial (Aisafitri & Yusrifah, 2020). FoMO sangat berdampak pada kehidupan, salah satunya terhadap pengelolaan keuangan. Beberapa dampak utama FoMO terhadap pengelolaan keuangan diantaranya, pengeluaran impulsif, konsumsi berlebihan, penurunan tabungan dan investasi, hutang yang meningkat, stress

keuangan, pengabaian prioritas keuangan. Ary Busman (2022) menyatakan semakin tinggi *lifestyle* seseorang, maka makin tinggi pula tingkat FoMO individu tersebut.

Love of Money

Tang (1988) menyatakan *love of money theory* diukur dengan skala MES (*Money Ethic Scale*). Uang adalah simbol pencapaian dan kesuksesan, serta faktor baik dalam pengelolaan keuangan. Menurut Tang & Chiu (2003) empat komponen utama terdiri dari *Love of Money Scale* (LOMS), yang digunakan untuk mengukur tingkat kecintaan pada uang, diantaranya *important*, *success*, *motivator*, dan *richness*. Siapapun yang memiliki kecintaan akan uang atau kecintaan yang kuat terhadap uang, mempengaruhi semua tindakan mereka yang berhubungan dengan uang (Delmi Yetti et al., 2022). Kecintaan terhadap uang, mempengaruhi tindakan setiap orang dan berpotensi mengarah pada tindakan positif atau negatif (Agustin et al., 2023).

Seseorang yang sangat mencintai uang akan lebih terdorong untuk melakukan apapun yang dibutuhkan untuk mendapatkan uang, karena kecintaan pada uang dianggap penting. Semakin besar kecintaan terhadap uang, maka semakin berhati-hati pula dalam menanggulangi dan menggunakan uang. Seseorang yang kurang mencintai uang cenderung lebih boros. Perilaku boros sering kali menjadi pendorong utama dari hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif adalah istilah yang mengacu pada kecenderungan untuk membelanjakan banyak uang untuk hal-hal yang dianggap mewah tetapi tidak terlalu penting (Nisa & Haryono, 2022).

Self Control

Kemampuan untuk menyusun, memfokuskan, memandu, dan mengatur perilaku positif dikenal sebagai pengendalian diri (Goldfried, 1971). Golman (1999) menyatakan *self control* sebagai kemampuan mengelola emosi untuk melaksanakan tugas, kepekaan pada hati nurani, kemampuan memprioritaskan kesenangan sebelum mencapai tujuan, dan kemampuan dipulihkan dengan cepat dan emosional. Menurut Skinner, (Hirt, 2016) kontrol diri berfokus pada perubahan perilaku untuk dapat mengontrol atau mengendalikan tindakan dan lingkungan untuk menghindari keinginan. Pengendalian diri dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu, internal dan eksternal. Usia menjadi faktor internal yang mempengaruhi pengendalian diri, sedangkan faktor eksternalnya adalah lingkungan dan keluarga. Bentuk pengendalian diri Ghufroon (2010) diantaranya *over control*, *under control*, *appropriate control*. Menurut Averill (1973) ada tiga aspek *self control* yaitu, kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan.

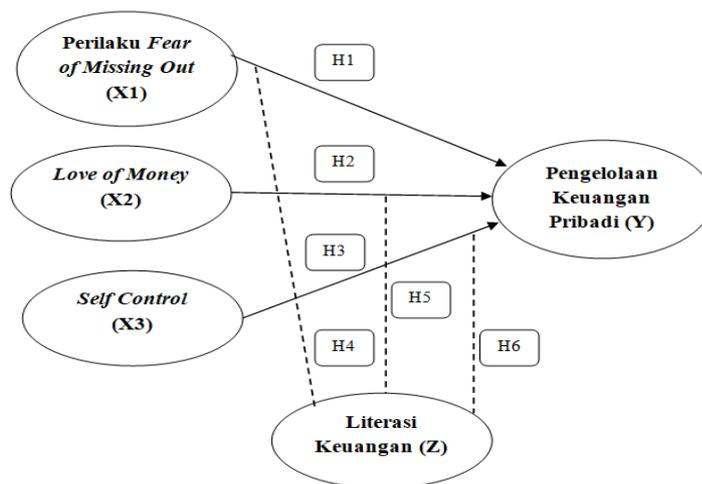
Self Control membantu dalam pengambilan keputusan yang tepat, menjadikan individu kaya secara finansial, kaya, atau sukses (Younas, 2019). Dalam hal keuangan, pengendalian adalah tindakan yang membantu orang menghemat uang dan menghindari membeli sesuatu hanya untuk kepuasan (Otto et al., 2007). Sejalan dengan pernyataan Karlsson (1998), pengendalian diri berarti menghindari tujuan jangka pendek untuk mencapai tujuan jangka panjang. Baumeister (2002) berpendapat bahwa pengendalian diri mengarah pada pengelolaan keuangan yang lebih baik karena individu memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan atau niat untuk mengalokasikan lebih banyak sumber daya. Peran keuangan sangat penting untuk meningkatkan atau melemahkan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan (Nur et al., 2022). Seseorang yang memiliki latar belakang yang kuat di bidang keuangan, memiliki

pengetahuan untuk memahami manajemen keuangan, mencakup manajemen utang, investasi, biaya, dan keuangan pribadi secara umum.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan berarti, mengetahui dan memahami keterampilan keuangan, risiko, motivasi, dan bagaimana dapat menggunakannya untuk membuat keputusan keuangan (Atkinson & Messy, 2012). Literasi keuangan adalah kecakapan untuk berbicara tentang konsep keuangan, merencanakan dan membuat keputusan keuangan, dan menyusun keuangan secara sistematis (Remund, 2010). Haiyang (2016) menyatakan bahwa literasi keuangan memuat beberapa aspek diantaranya, informasi umum tentang literasi keuangan, *savings and borrowing*, asuransi, dan investasi. Literasi keuangan yang baik memberikan dasar yang kuat untuk mengelola keuangan dengan efektif. Dengan memahami rancangan-rancangan keuangan dasar dan memiliki kemampuan untuk menerapkan pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari, dapat menciptakan keputusan yang lebih baik, menghindari masalah finansial, dan mencapai tujuan keuangan. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat mengakibatkan pengelolaan keuangan seperti hutang berlebihan, kurangnya tabungan, dan ketidakstabilan finansial.

Rancangan Penelitian



Gambar 1 . Model Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Analisis data dilakukan menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dan analisis moderasi untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah penggemar K-Pop (Army) yang berada di Kota Malang dan merupakan pengikut Instagram komunitas penggemar *boyband* BTS @armymalang907. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarakan kepada 367 penggemar K-Pop yang aktif di media sosial.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengelolaan keuangan (Y) merupakan variabel dependen, FoMO (X1), *Love of Money* (X2), *Self Control* (X3) merupakan variabel independen, dan literasi keuangan (Z) merupakan variabel moderasi. Definisi operasional variabel dijelaskan sebagai berikut:

FoMO (X1)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah FoMO, diukur dengan variabel indikator yang disebutkan oleh (Przybylski et al., 2013a).

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel FoMO

Variabel	Indikator	Pengukuran
FoMO (X1)	<i>Comparison with Friends</i>	Skala Likert
	<i>Being Left out</i>	
	<i>Missed Experiences</i>	

Love of Money (X2)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Love of Money*, diukur dengan variabel indikator yang disebutkan oleh (Tang & Chiu, 2003).

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel *Love of Money*

Variabel	Indikator	Pengukuran
<i>Love of Money</i> (X2)	<i>Important</i>	Skala Likert
	<i>Succes</i>	
	<i>Motivator</i>	
	<i>Richness</i>	

Self Control (X3)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Self Control*, diukur dengan variabel indikator yang disebutkan oleh (Tracy, 2010).

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel *Self Control*

Variabel	Indikator	Pengukuran
<i>Self Control</i> (X3)	Mampu mengontrol emosi dan menahandiridaritindakan impulsif	Skala Likert
	Mampu memprioritaskan tujuan jangka panjang	
	Mampu mempertimbangkann konsekuensi dari tindakan yang diambil	
	Mampu mengendalikan kebiasaan buruk	
	Mampu menentukan batasan dan memegang teguh prinsip	

Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengelolaan keuangan pribadi, diukur dengan variabel indikator yang disebutkan oleh (Housel, 2020).

Tabel 4. Definisi Operasional Pengelolaan Keuangan Pribadi

Variabel	Indikator	Pengukuran
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	Menghindari keputusan keuangan impulsive	Skala Likert
	Rencana Keuangan	
	Jangka Panjang	
	Rencana investasi secara konsisten	
	Dana Darurat	
	Pengelolaan Hutang	

Literasi Keuangan (Z)

Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah FoMO, diukur dengan variabel indikator yang disebutkan oleh (OECD, 2012).

Tabel 5. Definisi Operasioanl Variabel Literasi Keuangan

Variabel	Indikator	Pengukuran
Literasi Keuangan (Z)	Perencanaan	Skala Likert
	<i>Financial Landscape</i>	
	Uang dan Transaksi	
	Risiko dan Keuntungan	

ANALISA DAN PEMBAHASAN**Tabel 6.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai	Keterangan
FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>) (X1)	FM1	0,722	Valid
	FM2	0,847	Valid
	FM3	0,921	Valid
	FM4	0,928	Valid
	FM5	0,927	Valid
<i>Love of Money</i> (X2)	LoM1	0,849	Valid
	LoM2	0,891	Valid
	LoM3	0,840	Valid
	LoM6	0,897	Valid
<i>Self of Control</i> (X3)	SoC5	0,896	Valid
	SoC7	0,880	Valid
	SoC8	0,918	Valid
	SoC10	0,892	Valid
Pengelolaan Keuangan (Y)	PK1	0,803	Valid
	PK4	0,783	Valid
	PK6	0,783	Valid
Literasi Keuangan (Z)	LK1	0,830	Valid
	LK2	0,741	Valid
	LK3	1,201	Valid

Ada keyakinan bahwa pernyataan yang berkaitan dengan variabel FoMO, *love of money*, *self control*, pengelolaan keuangan pribadi, dan literasi keuangan adalah valid. Item pernyataan

yang tidak valid dihapus. Selanjutnya, pengujian reliabilitas menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* untuk setiap variabel yang melebihi 0,6, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Oleh sebab itu, variabel yang telah dianggap valid juga dapat dianggap dapat dipercaya saat menilai konstruk yang teliti.

Tabel 7. Hasil UjiReliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Fear of Missing Out</i> (X1)	0,919	Reliable
<i>Love of Money</i> (X2)	0,903	Reliable
<i>Self Control</i> (X3)	0,922	Reliable
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0,700	Reliable
Literasi Keuangan (Z)	0,706	Reliable

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> y	-0,102	2,016	0,044
X2 -> y	0,039	0,831	0,406
X3 -> y	-0,056	1,139	0,255
Z*X1 ->Y	0,319	3,049	0,002
Z*X2 ->Y	-0,217	2,012	0,045
Z*X3 -> Y	0,359	4,616	0,000

Menurut tabel diatas, diketahui bahwa FoMO (X1) mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi (Y). Sementara *Love of Money* (X2) tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi (Y). Kemudian *Self Control* (X3) juga tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi (Y). Dan FoMO (X1) berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi (Y) melalui literasi keuangan (Z). Kemudian *Love of Money* (X2) berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi (Y) melalui literasi keuangan (Z). Serta, *Self control* (X3) juga berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi (Y) melalui literasi keuangan (Z).

Pembahasan

Pengaruh FoMO terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Penulis menemukan bahwa FoMO memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi pada penggemar K-Pop (Army) Kota Malang. Penggemar K-Pop (Army) di Kota Malang sangat dipengaruhi oleh pengaruh FoMO terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Karena meningkatnya FoMO, perilaku impulsif dan keinginan untuk mengikuti tren atau pengalaman sosial seringkali membuat mereka mengabaikan prinsip pengelolaan keuangan yang baik. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Novitasari et al., (2021) dan Ary Busman (2022) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berdampak buruk pada pengelolaan keuangan. Item dengan nilai tertinggi pada variabel FoMO menunjukkan bahwa penggemar ingin mendapatkan kepuasan emosional dari kegiatan seperti konser. Generasi milenial, yang rentan terhadap ketergantungan pada internet dan media sosial, sebagian besar adalah penggemar FoMO.

Selain itu, item dengan nilai FoMO terendah menunjukkan bahwa penggemar merasa tertinggal jika mereka tidak dapat memperoleh informasi terbaru tentang idola mereka. Karena keterlibatan aktif dalam fandom, mereka merasa selalu terlibat dengan konten baru, yang berdampak pada jumlah waktu yang mereka habiskan untuk memeriksa media sosial dan platform streaming. Banyaknya acara eksklusif K-Pop, membuat penggemar ingin segera berpartisipasi meskipun harganya mahal. Hal ini menunjukkan bahwa FoMO berdampak negatif pada pengelolaan keuangan penggemar serta interaksi sosial dan keputusan sehari-hari. Sikap positif penggemar K-Pop terhadap pengeluaran membuat mereka cenderung mengeluarkan sebagian besar anggaran mereka untuk kegiatan ini, meskipun ini dapat mempengaruhi stabilitas keuangan mereka, menurut teori perilaku yang direncanakan oleh (Ajzen, 1991). Selain itu, tekanan sosial di antara anggota komunitas penggemar mendorong mereka untuk terus menghabiskan banyak uang, bahkan jika hal itu tidak menguntungkan.

Pengaruh *Love of Money* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis *Love of Money* tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Kota Malang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aini & Rahayu (2022) dan Simange et al (2022) yang menunjukkan bahwa *love of money* tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Kedua penelitian tersebut menemukan bahwa unsur lain, seperti literasi keuangan, pendidikan, dan latar belakang sosial-ekonomi, memiliki pengaruh yang lebih besar pada pengelolaan keuangan. Pendidikan memainkan peran penting dalam pandangan dan perilaku orang terhadap uang, seperti yang ditunjukkan oleh 63% lulusan SMA, 26% diploma, dan 11% lulusan sarjana pada penelitian ini. Penggemar K-Pop belajar bagaimana mengelola uang, seperti membuat anggaran dan menyeimbangkan pengeluaran untuk hobi mereka dengan kebutuhan finansial lainnya.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori cinta uang Tang (1988), yang fokus pada faktor kesuksesan. Penggemar K-Pop seringkali mengukur kesuksesan mereka dengan membeli barang atau merchandise K-Pop yang memberikan pengakuan sosial dalam komunitas mereka. Data menunjukkan bahwa 23% penggemar membeli photocard dan poster, dengan sebagian besar memiliki pendapatan antara Rp600.000 dan Rp2.500.000, atau Rp2.600.000 dan Rp4.500.000, karena kecintaan terhadap uang sering menyebabkan perilaku konsumtif dan impulsif. Penggemar yang memiliki uang lebih cenderung lebih mudah membeli barang-barang K-Pop, tetapi mereka juga lebih rentan terhadap perilaku konsumtif. Penggemar K-Pop harus bijak dalam menggunakan uang mereka dan menghindari menghabiskannya untuk hal-hal yang tidak perlu.

Pengaruh *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Berdasarkan hasil *Self control* tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Kota Malang. Hal ini sejalan dengan pernyataan Rey-Ares et al., (2021) dan Hidayanti et al (2023), yang menyatakan bahwa tingkat pengendalian diri tinggi atau rendah tidak dapat mengontrol konsumsi secara signifikan. Sebagian besar orang yang menjawab adalah pelajar 31 persen, yang mendukung hasil Rahmadani (2017), yang menemukan bahwa tidak ada korelasi signifikan antara pengelolaan keuangan dan pengendalian diri. Ketika

rencana anggaran tidak sesuai, responden seringkali tidak memikirkan bagaimana menggunakan dana yang tersedia. Ketidakmampuan responden untuk mengendalikan kebiasaan buruk seperti menghabiskan uang terlalu banyak untuk barang-barang K-Pop dan kurangnya perencanaan jangka panjang menunjukkan bahwa mereka cenderung tidak memiliki kendali diri sendiri.

Mengendalikan emosi, menahan diri dari tindakan impulsif, memprioritaskan tujuan jangka panjang, mempertimbangkan konsekuensi tindakan, dan menetapkan batasan adalah beberapa tanda pengendalian diri yang digunakan. Kemampuan untuk mengendalikan kecenderungan buruk mereka untuk menghabiskan terlalu banyak uang untuk barang-barang K-Pop adalah indikator dengan nilai terendah; penggemar K-Pop (Army) biasanya lebih fokus pada kepuasan langsung daripada keuntungan jangka panjang. Hal ini menyebabkan penggemar K-Pop (Army) lebih sering menghabiskan uang untuk kesenangan sesaat daripada menabung atau berinvestasi untuk masa depan. Oleh karena itu, mereka harus lebih cerdas dalam mengelola uang mereka, memastikan mereka tidak menghabiskan terlalu banyak uang dan mempertimbangkan apa yang akan terjadi di masa depan.

Pengaruh FoMO terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Literasi Keuangan

Literasi keuangan memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan FoMO dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Malang. Menurut Novitasari et al., (2021) dan Ulumudiniati & Asandimitra (2022), gaya hidup mempengaruhi pengelolaan keuangan. Literasi keuangan dapat berdampak pada seberapa besar FoMO mempengaruhi cara penggemar mengelola keuangan mereka. Penggemar K-Pop sering terjebak dalam FoMO karena mereka cenderung terus mengikuti perkembangan di media sosial tentang idola mereka. Hal ini selaras dengan tanggapan yang dibuat oleh Aisafitri dan Yusrifah (2020) bahwa FoMO mendorong masyarakat untuk terus memeriksa media sosial. Sebagian besar responden berusia 18 hingga 24 tahun, mendukung pernyataan (Przybylski et al (2013) bahwa dewasa muda memiliki FoMO yang tinggi karena kecenderungan untuk menunjukkan kepuasan hidup yang tinggi pada usia mereka.

Pendidikan formal membentuk literasi keuangan, yang mengatur hubungan antara FoMO dan pengelolaan keuangan pribadi. Pendidikan formal memberikan pengetahuan dasar tentang keuangan seperti tabungan, investasi, dan pengelolaan utang. Sebagian besar responden memiliki kemampuan untuk menghindari utang, yang menunjukkan tingkat literasi keuangan yang tinggi, menurut indikator iklim keuangan. Penggemar K-Pop (Army) yang memiliki literasi keuangan yang cenderung lebih baik dalam pengelolaan keuangan mereka meskipun mengalami FoMO, karena mereka dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana tentang berapa banyak uang yang mereka habiskan untuk aktivitas fandom mereka. Dengan demikian, literasi keuangan berfungsi sebagai penyeimbang yang membantu penggemar K-Pop mengelola pengeluaran mereka meskipun mengalami tekanan sosial atau emosional dari FoMO.

Pengaruh *Love of Money* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Literasi Keuangan

Literasi Keuangan mempunyai pengaruh dalam memoderasi hubungan *love of money* dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Malang. Hasil penelitian,

sejalan dengan penelitian Ulumudiniati & Asandimitra (2022), menunjukkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi hubungan antara cinta dengan uang dan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) di Malang. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar K-Pop lebih baik dalam mengambil keputusan keuangan jika mereka memahami konsep dan produk keuangan. Seperti yang ditunjukkan oleh kemampuan untuk menghindari utang, responden yang memiliki literasi keuangan yang cenderung memiliki strategi yang baik untuk mengelola uang mereka terkait aktivitas K -Pop. Selain itu, sebagian besar responden memiliki pendapatan yang cukup tinggi, yang menunjukkan kesadaran akan pentingnya mengatur pengeluaran sesuai dengan pendapatan, sesuai dengan penelitian (Andrew, 2014). Penggemar K-Pop dapat menggunakan uang dengan lebih baik. Penggemar K-Pop dapat belajar lebih banyak tentang investasi, tabungan, dan strategi keuangan lainnya untuk mencapai stabilitas keuangan yang lebih baik dengan memahami bagaimana berinvestasi uang mereka dengan bijak, merencanakan anggaran, dan membuat keputusan keuangan yang lebih rasional.

Pengaruh *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Literasi Keuangan

Literasi keuangan memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan *self control* dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Malang. Hasil penelitian menunjukkan, sejalan dengan penelitian Komarudin et al (2020) dan Mustikasari & Septina (2023), literasi keuangan memoderasi hubungan antara penggemar K-Pop (Army) dan pengelolaan keuangan pribadi mereka. Sebagian besar responden menerima tingkat pendidikan yang baik, yang dapat meningkatkan keterampilan profesional dan pengetahuan yang relevan serta mempengaruhi kontrol kognitif. Kontrol kognitif yang baik memungkinkan seseorang untuk merencanakan masa depan keuangan dengan lebih efektif, menghindari pengeluaran impulsif, dan membuat keputusan keuangan yang bijaksana.

Kemungkinan besar pengendalian diri yang dimiliki penggemar K-Pop terhadap keuangan mereka dipengaruhi oleh literasi keuangan mereka. Penggemar K- Pop yang memiliki tingkat pengendalian diri cenderung lebih mampu mengendalikan pengeluaran mereka dan lebih mampu membuat keputusan keuangan yang bijaksana . Namun, tanpa pengetahuan keuangan yang cukup, mereka mungkin tidak tahu bagaimana mengelola keuangan mereka dengan baik. Literasi keuangan membantu mengatur hubungan antara pengelolaan keuangan dan pengendalian diri dengan membantu orang membuat keputusan keuangan yang lebih logis dan masuk akal. Penggemar K-Pop (Army) yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik dan tingkat pengendalian diri yang tinggi akan mampu menjaga keuangan mereka dengan baik, meskipun mereka mungkin menghadapi keinginan untuk menghabiskan uang untuk aktivitas atau barang K-Pop.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa FoMO memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Kota Malang, yang berarti semakin tinggi tingkat FoMO penggemar K-Pop, semakin buruk pengelolaan keuangan pribadinya. Ini mengindikasikan bahwa intervensi untuk mengurangi FoMO dapat berpotensi memperbaiki pengelolaan keuangan individu. Sebaliknya, *love of money* dan *self control* tidak memiliki

pengaruh langsung terhadap pengelolaan keuangan pribadi, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor ini mungkin mempengaruhi pengelolaan keuangan melalui mekanisme lain atau dalam kondisi yang berbeda. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan memainkan peran moderasi yang signifikan dalam hubungan antara FoMO, *love of money* dan *self control* dengan pengelolaan keuangan pribadi. Ini menunjukkan pentingnya literasi keuangan sebagai faktor kunci yang dapat meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan penggemar K-Pop (Army) Kota Malang, meskipun mereka memiliki tingkat FoMO, *love of money* dan *self control* yang berbeda.

Penelitian ini mungkin menggunakan sampel yang tidak mewakili populasi secara keseluruhan, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke semua kelompok masyarakat. Selain itu, ada kemungkinan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, yang juga berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel yang lebih besar dan lebih beragam untuk meningkatkan generalisasi hasil dan meneliti variabel lain yang mungkin mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi.

REFERENSI

- Agustin, D., Nersiwad, & Verlandes, Y. (2023). Pengaruh Love Of Money Dan Dender Terhadap Pengelolaan Keuanagan Pribadi Pada Generasi Z Di Kota Mojokerto pengalaman melalui traveling , hangout , kuliner , menonton konser , juga membeli barang- dan bisa secara langsung dibagikan melalui medsos atau med. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(4), 57–67.
- Ajzen, I. (1991a). 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. (1991b). 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)
- Andrew, L. (2014). *Hubungan Faktor Demografi dan Pengetahuan Keuangan Dengan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta di Surabaya*.
- Apolo, M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) terhadap Perilaku Konsumtif Hiburan Kpop Remaja Akhir pada Produk Merchandise Kpop. *Inovatif: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 3 (6), 3847–3858. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i6.6424>
- Ary Busman, S. (2022a). Peran Pengetahuan Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Kontrol Diri, Dan Literasi Keuangan Dalam Manajemen Keuangan Pribadi Generasi Z Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal EK&BI*, 5, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.680>
- 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>
- Baumeister, R. F. (2002). Purchasing, Impulsive Behavior, Consumer. *Journal of Consumer Research, Inc.*, 28(4), 670–676.
- Cipto, S. (2022). Pengaruh Perilaku Bias Keuangan terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi di Jabodetabek. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(1), 431–449.
- cnbcindonesia.com. (2023). *Beli Tiket Konser Coldplay Pakai Pinjol? OJK Bilang Begini*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230522145512-17-439498/beli-tiket-konser-coldplay-pakai-pinjol-ojk-bilang-begini>

- DataIndonesia.id. (2022). 8 Negara dengan Penggemar BTS Terbanyak di Dunia - DataIndonesia.id. <https://dataIndonesia.id/varia/detail/8-negara-dengan-penggemar-bts-terbanyak-di-dunia>
- Delmi Yetti, F., Akuntansi, J., Ekonomi dan Ilmu Sosial, F., & Suska Riau, U. (2022). PENGARUH LOVE OF MONEY, MACHIAVELLIAN, RELIGIUSITAS DAN IDEALISME TERHADAP PERSEPSI ETIS MAHASISWA AKUNTANSI. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 1(2), 204–213. <https://doi.org/10.24034/JIMBIS.V1I2.5371>
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika fanatisme penggemar k-pop pada komunitas bts-army medan. *Jurnal Diversita*, 6(2), 194–201.
- Fadila, D., Astarina, Y., Riana, D., Kumalapatni, S., & Asfitri, M. K. (2023). Financial Literacy and Love of Money Attitude toward Financial Management. *Asean International Journal of Business*, 2(2), 116–126. <https://doi.org/10.54099/aijb.v2i2.607>
- Fathimatus Zahro Fazda Oktavia, D., Iqbal Akbar, D., Farisa Nur Maula, D., Akuntansi, J., & Negeri Malang, P. (2022). ANALISIS PERILAKU, PERAN, DAN DAMPAK PENGELOLAAN KEUANGAN BAGI MAHASISWA. *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial*, 4(1).
- Ghufroon, M. N. & R. R. S. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Ar-Ruz Media.
- Goldfried, M. R. (1971). Systematic desensitization as training in self-control. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 37(2), 228–234. <https://doi.org/10.1037/h0031974>
- Golman, D. (1999). *Working with Emotional Intelligence: Kecerdasan Emosi untuk Mencapai Puncak Prestasi (penerjemah Alex Tri Kantjo Widodo)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Haiyang, C. & V. (2016). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Zhongguo Jiguang/Chinese Journal of Lasers*, 43(8), 107–128. <https://doi.org/10.3788/CJL201643.0811001>
- Hidayanti, F., Tubastuvi, N., Purwidianti, W., & Endratno, H. (2023). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, and Peer Conformity on Student's Consumptive Behavior. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 1–14. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Hirt, D. (2016). *Self-Regulation And Ego Control*.
- Housel, M. (2020). *The Psychology of Money: Timeless Lessons on Wealth, Greed, and Happiness*. Harriman House Ltd.
- Karlsson, N. (1998). Mental Accounting And Self Control. *Goteborg Psychological Reports*.
- Katadata. (2022). *Survei: 88,3% Fandom K-Pop Gunakan Instagram untuk Saling Berinteraksi*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/survei-883-fandom-k-pop-gunakan-instagram-untuk-saling-berinteraksi>
- Komarudin, M. N., Nugraha, Hardjadi, D., & Pasha, R. A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Survei Pada Tenaga Pendidik SD Se-Kecamatan Kuningan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 18(1), 159–178.
- Novitasari, D., Juliana, J., Asbari, M., & Purwanto, A. (2021). The Effect of Financial Literacy, Parents' Social Economic and Student Lifestyle on Students Personal Financial Management. *Economic Education Analysis Journal*, 10(3), 522–531. <https://doi.org/10.15294/EEAJ.V10I3.50721>
- Nur, M. H., Hadady, H., & Bailusy, M. N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 298–305.

- Nur, S. A., & Wulandari, D. A. (2024). Studi Pengelolaan Keuangan pada iGeneration. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 147-160.
- Nurjanah, R., Asti, E. G., Rafikah, I., & Istiqomah, A. (2024). Implikasi Kontrol Diri, Kecerdasan Spiritual dan Literasi Keuangan dalam Pengelolaan Keuangan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1439-1450.
- OECD. (2012). PISA 2012 financial Literacy Assessment Framework. *Oecd*, April, 1–39.
- Otto, P. E., Davies, G. B., & Chater, N. (2007). Note on ways of saving: Mental mechanisms as tools for self-control? *Global Business and Economics Review*, 9(2–3), 227–254. <https://doi.org/10.1504/GBER.2007.013703>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013a). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2013.02.014>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013b). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2013.02.014>
- Purwanti. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Presepsi Kemudahan, Sosial Demografi Penggunaan Dana Dompot Digital Terhadap Financial Management Behavior (Studi Empiris Konsumen Mahasiswa di Pelita Bangsa). *Jurnal Daya Saing*, 7(1), 57–64.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Republika.com. (2023). *Polisi Tangkap Tersangka Penipuan Tiket Konser NCT Dream / Republika Online*. <https://news.republika.co.id/berita/rx133t414/polisi-tangkap-tersangka-penipuan-tiket-konser-nct-dream>
- Rey-Ares, L., Fernández-López, S., Castro-González, S., & Rodeiro-Pazos, D. (2021). Does self-control constitute a driver of millennials' financial behaviors and attitudes? *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 93(August 2020). <https://doi.org/10.1016/j.socec.2021.101702>
- Ricciardi, S. (2000). What Is Behavioral Finance? *Business, Education and Technology Journal*, 1–9. <https://doi.org/10.1002/9780470404324.hof002009>
- Salsyabilla Marsya Putri Erin Syahrial, et al. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Penggemar K-Pop*. Bandung Conference Series : Business and Management. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.3578>
- SeoulSpace.com. (2023). *The 10 Best Kpop Fandoms of All Time*. https://seoulSpace.com.translate.google/the-10-best-kpop-fandoms-of-all-time/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Sholehah, N. L. H., & Ishak, P. (2022). Pengaruh Opportunistic Behaviour dan Love of Money Perangkat Desa Terhadap Pengelolaan Keuangan Desa dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 86-97.
- Simange, F. A., Saerang, I. S., & ... (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Pengelolaan Karyawan Single Di Kota Manado Dengan Love of Money Sebagai Variabel *Ekonomi, Manajemen* ..., 10, 471–480. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37983>
- Simarmata, F. (2021). Efek Lifestyle dalam Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Perencanaan Keuangan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.

- Susanto, Y. B., Setiawan, J., & Ariyanto, S. (2022). Financial Planning for Millennials and Gen-Z (Study of Millennials and Gen-Z Financial Behavior). *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(1), 156–168. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v14i1.2533>
- Tang, T. L.-P. (1988). The Meaning of Money Revisited: The Development of the Money Ethic Scale. *Paper Presented at the Annual Meeting of the Southwestern Psychological Association, 34th, Tuls.*
- Tracy, B. (2010). *The power of self-discipline*. Vanguard Press.
- Younas, W. (2019). How leader-follower relations influence nurses' intention to stay: An investigation in a Thai sample. *Journal of Social Sciences Research*, 5(1), 183–189. <https://doi.org/10.32861/jssr.51.183.189>
- Yuniningsih. (2020). Perilaku Keuangan Dalam Berinvestasi. In *Jurnal Keuangan* (Vol. 2, Issue 1).