

**PENGARUH FOMO, *LOVE OF MONEY*, *SELF CONTROL* TERHADAP  
PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI DENGAN LITERASI  
KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi pada Penggemar K-Pop Army Kota Malang)**

**SKRIPSI**



Oleh

**RISMA ALIFIA KHOIRUNNISA**

NIM : 200501110129

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2024**

**PENGARUH FOMO, LOVE OF MONEY, SELF CONTROL TERHADAP  
PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI DENGAN LITERASI  
KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi pada Penggemar K-Pop Army Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen (SM)



Oleh

**RISMA ALIFIA KHOIRUNNISA**

NIM : 200501110129

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH FoMO, *LOVE OF MONEY*, *SELF CONTROL*  
TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI DENGAN  
LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi pada Penggemar K-Pop Army Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Oleh

**Risma Alifia Khoirunnisa**

NIM : 200501110129

Telah Disetujui Pada Tanggal 15 Juni 2024

**Dosen Pembimbing,**



**Puji Endah Purnamasari, M.M**

**NIP. 198710022015032004**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH FoMO, LOVE OF MONEY, SELF CONTROL TERHADAP**  
**PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI DENGAN LITERASI**  
**KEUANGAN PRIBADI DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI**  
**VARIABEL MODERASI**

**SKRIPSI**

Oleh

RISMA ALIFIA KHOIRUNNISA

NIM : 200501110129

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Pada 26 Juni 2024

Susunan Dewan Penguji :

Tanda Tangan

- 1 Ketua Penguji  
**Drs. Agus Sucipto, SE., MM., CRA**  
NIP. 196708162003121001
- 2 Anggota Penguji  
**Dr. Indah Yuliana, SE., MM**  
NIP. 197409182003122004
- 3 Sekretaris Penguji  
**Puji Endah Purnamasari, M.M**  
NIP. 198710022015032004



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



**Muhammad Sulhan, SE, MM**

NIP. 197406042006041002

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Risma Alifia Khoirunnisa  
NIM : 200501110129  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

**PENGARUH FoMO, LOVE OF MONEY, SELF CONTROL TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi pada Penggemar K-Pop Army Kota Malang)** adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 Juni 2024

Hormat Saya,



Risma Alifia Khoirunnisa

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, saya persembahkan karya sederhanaku (skripsi) ini kepada:

Bapak dan Ibu Tercinta, yang selalu menjadi sumber inspirasi dan motivasi dalam setiap langkah kehidupan saya. Terima kasih atas kasih sayang, doa, dukungan, dan pengorbanan tanpa henti yang telah kalian berikan. Kalian adalah pilar kekuatan saya, dan tanpa kalian, pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud.

Teman-teman tersayang, yang telah berbagi tawa, air mata, dan perjuangan selama masa studi ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan persahabatan yang tulus. Kalian membuat perjalanan ini menjadi lebih berwarna dan bermakna.

Dosen Pembimbing saya, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang tiada henti. Terima kasih atas kesabaran dan dedikasi yang telah diberikan dalam membantu saya menyelesaikan skripsi ini.

## **MOTTO**

*“Never Try, Never Know”*

Anggaplah tidak ada esok hari. Hiduplah sebaik-baiknya hari ini.

Tidak pernah ada durasi yang cukup untuk menyelami bahkan tenggelam dalam kegagalan. Sesekali rayakanlah kegagalan sebagai bagian dari perjalanan.

Setelahnya, kita kembali melanjutkan perjalanan.

Ga ada yang mustahil bagi Allah, “Berdo’alah, maka pasti aku kabulkan”

(QS. Al-Mu’min: 60)

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh FoMO, *Love of Money*, dan *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Studi pada Penggemar k-Pop Army Kota Malang)”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. H. Misbachul Munir, Lc., M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Bapak Muhammad Sulhan, SE., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Ibu Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si selaku Dosen Wali saya selama masa perkuliahan yang telah membimbing saya
5. Ibu Puji Endah Purnamasari, M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi saya.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Ustadz Prof. Dr. KH. M. Khudori Sholeh, M.A dan Ibu Hj. Erik Sabti Rahmawati, M.A, selaku pengasuh Pondok Pesantren Mahasiswi Al-Azkiya' Merjosari Malang.
8. Kedua orang tua saya, Bapak Jamari dan Ibu Mahsushoh Hidayati, adikku serta keluarga besar yang senantiasa selalu memberikan do'a dan dukungan baik secara moral ataupun spiritual.
9. Teman-temanku dari Manajemen 2020 Alfina, Narulita, Dini, Viaulia dan seluruh teman-teman dari Pondok Pesantren Al-Azkiya khususnya kamar E1 yang telah memberikan dukungan dalam melakukan penelitian ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan ini.

Malang, 17 Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
تجريدي.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	16
1.4.2 Manfaat Praktis .....	17
1.5 Batasan Penelitian .....	17
BAB II .....	19

<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....</b>	<b>36</b>
<b>2.3 Kajian Teoritis.....</b>	<b>36</b>
1.3.1 <i>Behavioral Finance Theory</i> .....	36
2.3.2 <i>Theory Planned of Behavior (TPB)</i> .....	41
2.3.3 Pengelolaan Keuangan Pribadi .....	42
1.3.2 <i>Fear of Missing Out</i> .....	48
1.3.3 <i>Love of Money</i> .....	54
1.3.4 <i>Self Control</i> .....	60
2.3.5 Literasi Keuangan .....	69
<b>1.4 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>78</b>
<b>1.5 Hipotesis .....</b>	<b>80</b>
1.5.1 Pengaruh Perilaku <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar Kpop (Army) Kota Malang. ....	80
1.5.2 Pengaruh <i>Love of Money</i> terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar K-pop (Army) Kota Malang. ....	81
1.5.3 Pengaruh <i>Self Control</i> terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar K-pop (Army) Kota Malang. ....	82
1.5.4 Pengaruh Perilaku <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar K-pop (Army) Kota Malang dimoderasi oleh Literasi Keuangan. ....	84
1.5.5 Pengaruh <i>Love of Money</i> terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar K-pop (Army) Kota Malang dimoderasi oleh Literasi Keuangan.	

1.5.6 Pengaruh *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi  
Penggemar K-pop (Army) Kota Malang dimoderasi oleh Literasi Keuangan.

87

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>90</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>90</b>
<b>3.2 Lokasi Penelitian .....</b>	<b>90</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>90</b>
<b>3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....</b>	<b>91</b>
<b>3.5 Data dan Jenis Data .....</b>	<b>92</b>
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>92</b>
<b>3.7 Variabel Penelitian .....</b>	<b>93</b>
<b>3.8 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>94</b>
<b>3.9 Analisis Data .....</b>	<b>96</b>
3.9.1 Uji Validitas Konstruk .....	99
3.9.3 Uji Moderasi .....	102
<b>BAB IV .....</b>	<b>104</b>
<b>HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>104</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian .....</b>	<b>104</b>
4.1.1 Latar Belakang Objek Penelitian .....	104
<b>4.2 Gambaran Karakteristik Responden Penelitian .....</b>	<b>105</b>
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	106
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan umur .....	106
4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	107
4.2.4 Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan .....	108
4.2.5 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan bulanan .....	109

4.2.6	Karakteristik responden berdasarkan barang/ <i>merchandise</i> yang pernah dibeli .....	110
4.2.7	Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran tertinggi untuk K-Pop	110
4.2.8	Karakteristik Responden berdasarkan Kecamatan Tempat Domisili	111
<b>4.3</b>	<b>Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian.....</b>	<b>112</b>
4.3.1	Distribusi Frekuensi Variabel FoMO ( <i>Fear of Missing Out</i> ) .....	112
4.3.2	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Love of Money</i> .....	113
4.3.3	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Self Control</i> .....	115
4.3.4	Distribusi Frekuensi Variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi .....	116
4.3.5	Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan .....	118
<b>4.4</b>	<b>Hasil Metode PLS .....</b>	<b>119</b>
4.4.1	Analisis <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	119
4.4.2	Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	127
4.4.3	Uji Hipotesis .....	128
4.4.4	Uji Hipotesis Moderasi .....	130
<b>4.5</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>134</b>
4.5.1	Pengaruh FoMO terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi .....	134
4.5.2	Pengaruh <i>Love of Money</i> terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	138
4.5.3	Pengaruh <i>Self Control</i> terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi ..	141
4.5.4	Pengaruh Literasi Keuangan dalam memoderasi FoMO terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi .....	145
4.5.5	Pengaruh Literasi Keuangan dalam memoderasi <i>Love of Money</i> terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi .....	148

4.5.6	Pengaruh Literasi Keuangan dalam memoderasi <i>Self Control</i> terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi .....	151
<b>BAB V</b>	.....	<b>154</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>154</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	<b>154</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	<b>156</b>
5.2.1	Untuk Objek Penelitian .....	156
5.2.2	Untuk Peneliti Selanjutnya.....	158
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>159</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>138</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....	36
Tabel 3. 1 Kriteria untuk Menentukan Skor Kuesioner .....	93
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	94
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	106
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	106
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	107
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	108
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan .....	109
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Merchandise yang Pernah Dibeli .....	110
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Tertinggi Untuk K- Pop .....	111
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Tempat Domisili	112
Tabel 4. 9 Distribusi frekuensi variabel FoMO (Fear of Missing Out) .....	113
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Love of Money</i> .....	114
Tabel 4. 11 Distribusi frekuensi variabel <i>Self Control</i> .....	115
Tabel 4. 12 Distribusi frekuensi variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi.....	117
Tabel 4. 13 Distribusi frekuensi variabel Literasi Keuangan.....	118
Tabel 4. 14 Loading Factor .....	119
Tabel 4. 15 Fornell-Lacker Criterion .....	122
Tabel 4. 16 Cross Loading .....	124
Tabel 4. 17 Average Variance Extracted (AVE) .....	125
Tabel 4. 18 Cronbach Alpa dan CPOSITE Reliability .....	126
Tabel 4. 19 R-Square.....	127
Tabel 4. 20 <i>PathCoefficient (Bootstrapping)</i> .....	129
Tabel 4. 21 Uji Pengaruh Moderasi .....	131
Tabel 4. 22 Uji Model FIT .....	133

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Negara dengan Jumlah Penggemar BTS Terbanyak .....	4
Gambar 1. 2 Jumlah Penggemar K-Pop berinteraksi menggunakan medsos.....	5
Gambar 2. 1 Teori Behavior Finance .....	37
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	169
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	177
Lampiran 3 Hasil Uji Smart PLS .....	228
Lampiran 4 Bukti Bebas Plagiarisme.....	233
Lampiran 5 Data Diri Penulis .....	234
Lampiran 6 Jurnal Bimbingan Skripsi .....	236

## ABSTRAK

Risma Alifia Khoirunnisa, 2024, SKRIPSI. Pengaruh FoMO, *Love of Money*, *Self Control* Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Penggemar K-Pop Army Kota Malang)

Pembimbing : Puji Endah Purnamasari, M.M

Kata Kunci : FoMO, *Love of Money*, *Self Control*, Pengelolaan Keuangan Pribadi, Literasi Keuangan, Penggemar K-Pop

---

---

Penggemar K-Pop merupakan individu yang rentan terhadap konsumerisme yang dipengaruhi oleh trend global, media sosial, dan budaya populer, sangat penting bagi K-Popers untuk mengendalikan keuangan dengan baik, karena hal ini dapat menghasilkan berbagai konsekuensi negatif. Hal ini mempengaruhi bagaimana penggemar K-Pop mengelola keuangan pribadi mereka, sering kali mengarah pada pengeluaran yang tidak terkendali dan prioritas keuangan yang terganggu. Oleh karena itu literasi keuangan menjadi penting, untuk membantu mengelola dampak yang mungkin muncul. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung variabel FoMO, *Love of Money*, *Self Control* Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dan untuk mengetahui pengaruh FoMO, *Love of Money*, *Self Control* yang dimoderasi literasi keuangan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dilakukan pada 367 penggemar K-pop (Army) Kota Malang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner online melalui Google Form, data diolah menggunakan Smart PLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian ini membuktikan bahwa FoMO memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi, *love of money* dan *self control* tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Sedangkan literasi keuangan dapat memoderasi variabel FoMO, *love of money* dan *self control* terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Kota Malang.

## ABSTRACT

Risma Alifia Khoirunnisa, 2024, THESIS. The Effect of FoMO, Love of Money, Self Control on Personal Financial Management with Financial Literacy as a Moderating Variable (Study on K-Pop Army Fans in Malang City)

Supervisor: Puji Endah Purnamasari, M.M

Keywords : FoMO, Love of Money, Self Control, Personal Financial Management, Financial Literacy, K-Pop Fans

---

---

K-pop fans are individuals who are susceptible to consumerism, which is influenced by global trends, social media, and popular culture. K-Popers need to control their finances well because this can result in various negative consequences. This affects how K-pop fans manage their finances, often leading to uncontrolled spending and compromised financial priorities. Therefore, financial literacy is essential to help manage the impacts that may arise. This research aims to determine the direct influence of FoMO, Love of Money, Self Control on Personal Financial Management and the influence of FoMO, Love of Money Self Control moderated by financial literacy.

This research uses quantitative methods with a descriptive approach. Conducted on 367 K-pop fans (Army) in Malang City. Data was collected using an online questionnaire via Google Forms and processed using Smart PLS 3.0.

This research proves that FoMO has a negative and significant influence on personal financial management, and love of money and self-control have no effect on personal financial management. Meanwhile, financial literacy can moderate the FoMO, love of money, and self-control variables that affect the personal financial management of K-Pop fans (Army) in Malang City.

## تجريدي

ريسا أليفيا خورونيسا، 2024، سكريبسي تأثير الخوف من الضياع وحب المال و التحكم الذاتي على الإدارة المالية الشخصية مع محو الأمية المالية كمتغير معتدل (دراسة على مشجعي جيش البوب الكوري في مدينة مالانج

المشرفة: بوجي إنداه بورناماساري، M.M

**الكلمات المفتاحية :** الخوف من الضياع (FoMO)، حب المال، التحكم الذاتي، إدارة الأمور المالية الشخصية، محو الأمية المالية، محبي الكيبوب

محبي الكيبوب هم أفراد عرضة للاستهلاكية، متأثرين بالاتجاهات العالمية ووسائل التواصل الاجتماعي والثقافة الشعبية. من المهم لمحبي الكيبوب أن يديروا أمورهم المالية بشكل جيد، لأن ذلك قد يؤدي إلى عواقب سلبية متعددة. يؤثر هذا على كيفية إدارة محبي الكيبوب لأموهم المالية الشخصية، حيث ينتج ذلك في كثير من الأحيان عن إنفاق غير متحكم وتشويش في أولوياتهم المالية. لذلك، تصبح محو الأمية المالية أمرًا هامًا للمساعدة في التعامل مع الآثار المحتملة. هدف هذه الدراسة هو تحديد تأثير المتغيرات المباشرة من الخوف من الضياع (FoMO)، وحب المال، والتحكم الذاتي على إدارة الأمور المالية الشخصية، وتحديد تأثير الخوف من الضياع (FoMO)، وحب المال، والتحكم الذاتي مع وجود محو الأمية المالية كمتغير تعديلي.

استخدم البحث منهجًا كميًا بنهج وصفي. تم إجراؤه على 367 معجبًا بالكيبوب (آرمي) في مدينة مالانج. تم جمع البيانات باستخدام استبيان عبر الإنترنت عبر نموذج جوجل (Google form)، وتم معالجة البيانات باستخدام Smart PLS 3.0 .

أظهرت نتائج هذا البحث أن الخوف من الضياع (FoMO) له تأثير سلبي وملحوظ على إدارة الأمور المالية الشخصية، في حين أن حب المال والتحكم الذاتي لا يؤثران على إدارة الأمور المالية الشخصية. بالمقابل، يمكن أن تكون محو الأمية المالية عاملاً معتدلاً يؤثر على العلاقة بين الخوف من الضياع، وحب المال، والتحكم الذاتي وإدارة الأمور المالية الشخصية لمحبي الكيبوب (آرمي) في مدينة مالانج.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penting bagi setiap orang di Indonesia untuk memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana mengelola keuangan pribadi mereka. Ada peningkatan kesadaran masyarakat Indonesia tentang pentingnya pengelolaan keuangan untuk mencapai kestabilan keuangan dan menciptakan masa depan yang lebih baik. Ada sejumlah alasan yang mendorong masyarakat Indonesia untuk melakukan pengelolaan keuangan secara pribadi. Inflasi dan kenaikan biaya hidup, ketidakpastian ekonomi (krisis ekonomi), pentingnya dana darurat, pendidikan keuangan yang meningkat serta kemajuan *fintech* membuat masyarakat harus lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi. Namun, masyarakat Indonesia masih menghadapi beberapa masalah dalam merencanakan keuangan secara pribadi, seperti kurangnya pemahaman tentang investasi aset dan kebiasaan konsumtif yang tinggi, serta akses ke produk keuangan yang bagus dan murah masih sulit (Diputra, 2019).

Pengelolaan keuangan pribadi berperan penting terhadap kelangsungan hidup semua orang tidak terkecuali penggemar K-pop. Hal ini dikarenakan penggemar K-pop biasanya memiliki sikap konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Dampaknya, penggemar K-pop kurang terbiasa untuk menabung, berinvestasi, membeli asuransi, dan membuat

anggaran untuk biaya tak terduga. Hal ini yang membuat pengelolaan keuangan menjadi penting bagi penggemar K-pop (Fajriyah and Listiadi, 2021).

Perilaku konsumtif masyarakat dipengaruhi oleh keinginan memiliki barang yang diinginkan, seperti mengikuti sebuah *trend*. Trend dapat dipengaruhi oleh budaya luar melalui globalisasi, media dan hiburan maupun pengaruh budaya populer. Ada banyak budaya asing yang mudah diterima di dalam negeri karena perkembangan dan kemajuan teknologi yang terus terjadi. Ini adalah konsekuensi dari globalisasi yang akan mempengaruhi semua orang dalam setiap aspek kehidupan mereka. Indonesia memiliki banyak budaya yang beragam, yang pada akhirnya memungkinkan orang Indonesia untuk menerima budaya asing dengan baik. Informasi, gagasan, budaya, dan gaya hidup dapat dengan mudah tersebar. Salah satunya adalah budaya Korea Selatan yang sedang populer di seluruh dunia saat ini, yang dikenal sebagai Hallyu atau Korean Wave. K-pop, atau Korean Pop, adalah istilah yang lebih populer di kalangan masyarakat (Prasanti, 2020). K-Pop, kepanjangan dari Korean Pop (Musik Pop Korea), adalah jenis musik populer dari Korea Selatan yang dimainkan oleh *girlband* dan *boyband* dari Korea Selatan. Dalam sejarahnya K-pop modern mulai ada pada tahun 1992-an (KOCIS, 2011). Memang sejak awal kemunculan K-pop tidak hanya menghadirkan musik biasa, akan tetapi mempunyai *selling point* yaitu visual dari tiap anggota yang menawan dan tarian yang energik (Gumelar dkk., 2021). Hal ini

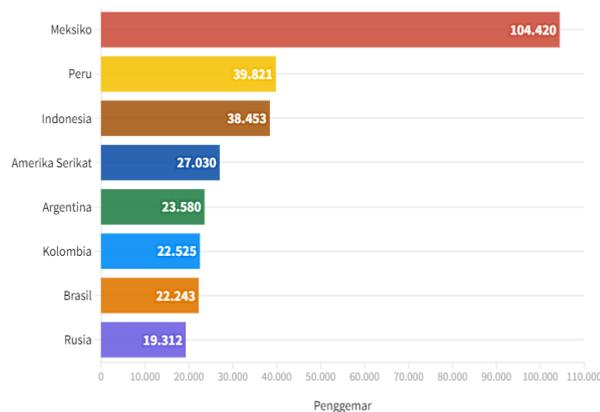
membuat K-pop unik dan berbeda dari genre pop lainnya. Meskipun banyak orang menganggap demam K-pop sebagai fenomenana temporer yang akan hilang dengan sendirinya, faktanya adalah bahwa K-pop terus memiliki penggemar, dan jumlah mereka terus meningkat (Setyarsih, 2016).

Selama beberapa tahun terakhir, K-Pop musik juga telah mengalami pertumbuhan pesat dalam jumlah artis yang dihasilkan, yang ditunjukkan oleh pembentukan sejumlah besar *boygrup* dan *girlgroup* yang berhasil masuk ke pasar global (Ri'aeni et al., 2019). *Boygrup* dan *girlgroup* Korea Selatan seperti BTS, NCT, BlackPink, EXO, Seventeen, Twice, dan Red Velvet telah masuk ke pasar global (Kama, 2017). Hingga saat ini, banyak orang dari berbagai kalangan yang menyukai musik K-pop dan bahkan menyukai *boygroup* maupun *girlgroup* yang berasal dari Korea Selatan, sehingga tergabung dalam sebuah fandom atau kelompok penggemar. *Fandom* adalah sekelompok penggemar dengan minat yang sama (Gooch, 2008). Mereka tergabung dalam suatu komunitas atau kelompok yang memiliki berbagai julukan seperti ARMY untuk kelompok penggemar BTS dan lain-lain. Dilaporkan oleh GoodStats (2022) Indonesia menjadi negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbesar di dunia. Menurut survey yang dilakukan oleh IDN Times dalam Almaida et al (2021), penggemar K-Pop di Indonesia mencakup semua umur dengan rincian 40,7% berusia antara 20 dan 25 tahun, 38,1% berusia antara 15 dan 20 tahun, 11,9% berusia lebih dari 25 tahun, dan 9,3% yang paling sedikit

berusia 10 hingga 15 tahun. Hasil survei Jajak Pendapat Katadata (2022) menunjukkan bahwa K-Pop masuk peringkat tiga besar *genre* musik paling disukai di Indonesia. Sebagian besar penggemarnya adalah wanita (28,2%) dan penggemar laki-laki (4,2%).

Penggemar budaya Korea Selatan (Korsel) Hallyu mencapai 156,6 juta orang di 116 negara pada tahun 2021. Angka ini meningkat dari tahun 2017 hingga 2019 dan dianggap sebagai hasil dari popularitas grup BTS. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan pendorong dibalik pertumbuhan Hallyu masih berasal dari K-pop. ARMY sendiri merupakan nama *fandom* resmi dari *boygrup* asal Korea Selatan yaitu BTS. Menurut SeoulSpace.com (2023) BTS mempunyai jumlah penggemar terbanyak dengan 40 juta penggemar di seluruh dunia.

**Gambar 1. 1 Jumlah Negara dengan Jumlah Penggemar BTS Terbanyak**

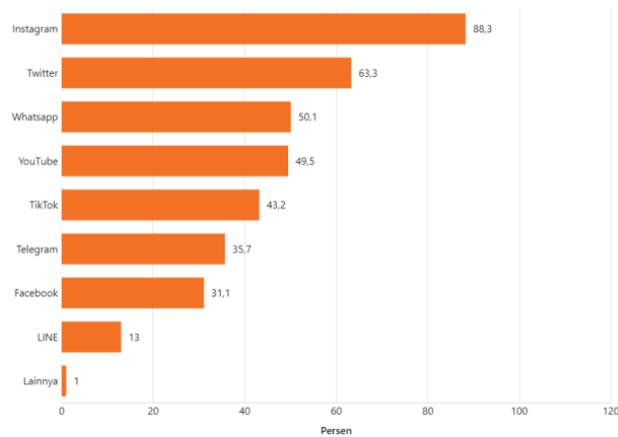


Sumber: DataIndonesia.id

BTS, juga dikenal sebagai Bangtan Sonyeondan, adalah salah satu grup musik pria Korea Selatan yang paling terkenal di seluruh dunia. Namun kesuksesan mereka tidak bisa dicapai tanpa bantuan penggemarnya yang bernama ARMY. 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. Untuk penggemar yang ada di Kota Malang sendiri belum ada data pasti yang menyebutkan berapa banyak jumlahnya. Oleh karena itu, peneliti juga berusaha mencari tahu dalam penelitian ini.

A.R.M.Y adalah singkatan dari *Adorable Reperesentative M.C for Youth*. BTS kemudian memilih nama ini untuk menyebut para penggemarnya secara resmi. Selain singkatan, istilah Inggris “ARMY” juga berarti “tentara”. Di mana BTS alias Bangtan Sonyeondan, yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris berarti Bulletproof Boy Scouts, mereka menganggap bahwa para tentara (ARMY) dan bulletproof, yang merupakan bagian dari nama mereka, sangat dekat satu sama lain dan sulit dipisahkan. Bangtan Boys dan ARMY sendiri digambarkan sebagai sebuah tim yang akan terus berkolaborasi.

**Gambar 1. 2 Jumlah Penggemar K-Pop berinteraksi  
menggunakan medsos**



Sumber: Katadata (2022)

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi.id mencakup semua media sosial yang digunakan penggemar Korea untuk berhubungan dengan komunitas *fandom*. Oleh karena itu, mereka paling sering menggunakan Instagram. Hasil survei menunjukkan bahwa 88,35% responden menggunakan Instagram untuk berinteraksi dengan anggota dan komunitas fandom secara *online*. Sementara itu, 50,1% responden menggunakan WhatsApp dan 63,3% menggunakan Twitter (Katadata, 2022). Oleh karena itu peneliti akan menggunakan subjek pengikut instagram komunitas penggemar K-pop Army Kota Malang dalam penelitian ini.

Selebriti internasional dan figure budaya populer dapat memainkan peran penting dalam membentuk tren. Gaya hidup, pakaian, dan perilaku mereka sering menjadi sumber inspirasi bagi orang-orang di seluruh dunia. Ada banyak alasan orang menyukai K-Pop, termasuk lagunya yang menginspirasi dan memotivasi, *vocal* dan videografi yang luar biasa, dan keahlian penyanyinya. Selain itu, para penggemar memiliki kesempatan

untuk membeli barang-barang berbau K-Pop yang menonjolkan idolanya melalui agensi yang menaungi mereka. Penggemar K-Pop yang fanatik juga dapat dipengaruhi oleh perilaku mereka untuk melakukan berbagai hal, seperti mencoba meniru idola mereka, menyukai secara berlebihan sebagai penggemar, membeli berbagai pernak-pernik dan kaset/album melampaui kemampuan finansial mereka, dan rela melakukan berbagai hal untuk mendukung idola mereka (Fachrosi et al., 2020). Penggemar K-Pop akan melakukan berbagai hal untuk mendukung idolanya maupun secara finansial, seperti membeli barang-barang yang berkaitan dengan idola mereka atau menghadiri konser mereka di berbagai negara. Mereka melakukan hal itu sebagai cara untuk menunjukkan rasa terima kasih, dukungan, dan cinta mereka kepada idolanya (Salsyabilla, 2022). Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan K-Pop akan mempengaruhi kepribadian penggemarnya, yaitu perilaku konsumtif (Amalia, 2019). Hal ini membuat penggemar harus mengeluarkan uang untuk mendukung idola mereka dengan membeli produk berbau K-pop.

Permasalahan pengelolaan keuangan pribadi juga didukung dengan adanya berbagai kasus, seperti kasus penipuan tiket konser K-pop NCT Dream yang dilakukan secara *online* melalui media sosial hingga mengalami kerugian Rp 94 juta seperti yang dikutip pada (Republika.com, 2023) Dalam kasus ini modus pelaku adalah menawarkan jasa secara online dengan dalih pembayaran terlebih dahulu secara bertahap sebesar Rp 200 ribu dan mendekati konser seharga Rp 3,4 juta. Hingga akhirnya

korban langsung melakukan proses pembelian tiket konser melalui transfer secara bertahap hingga melunasinya, sampai pada saat penyelenggaraan konser para korban tak kunjung mendapatkan tiket konsernya. Dikutip dari detiknews.com (2023) penipuan lain terjadi pada kasus penipuan berkedok calo tiket konser Blackpink, yang diketahui taksiran kerugian mencapai 172 juta. Tidak hanya itu, dikutip dari cnbcindonesia.com (2023) OJK mengungkapkan adanya peningkatan penggunaan pinjol menjelang penjualan tiket konser, pelaku pinjol melihat peluang dengan menebar banyak promo agar dapat pinjaman untuk pembelian tiket. Jika dilihat dari sudut pandang literasi keuangan, OJK melihat kejadian yang menimpa para penggemar musik menjadi pelajaran penting karena menimpa generasi muda yang seharusnya sudah mengetahui literasi keuangan dengan baik. OJK terus mengedukasi generasi muda untuk jangan berhutang pada sesuatu yang konsumtif, contohnya menonton konser (Mentari, 2023).

Fenomena FoMo pada penggemar K-Pop kerap dikaitkan dengan semakin canggihnya media sosial. Seperti yang diungkapkan oleh Marseal (2022) bentuk informasi yang sering dicari di media sosial oleh penggemar K-pop adalah kegiatan yang dilakukan oleh idolnya, informasi terkait *merchandise* K-Pop, salah satunya adalah jual-beli PC (*Photocard*) yang dirilis oleh agensi idolanya. Kemudian, foto yang diunggah idolanya, dan pesan yang dikirim oleh idol di Bubble yang merupakan salah satu aplikasi

berbayar yang biasanya digunakan oleh idol K-Pop untuk berinteraksi dengan penggemarnya.

Hal tersebut merupakan bukti jika perkembangan teknologi pada zaman ini semakin canggih, bahkan hampir semua aktivitas masyarakat didukung dengan adanya internet, sehingga sosial media bukan hal yang awam bagi penggemar K-pop. Banyaknya informasi yang dapat diakses dengan cepat dan mudah, memudahkan bagi para penggemar melakukan semua hal tanpa harus berkontak fisik dan lebih efisien waktu, contohnya dapat dengan mudah memesan *merchandise* dimana saja dan kapan pun, lalu *merchandise* akan datang dengan sendirinya tanpa perlu pergi ke toko. Serta dengan mudah berbelanja melalui *marketplace*. Mengingat harga barang yang bisa dibilang mahal, penggemar harus pintar mengelola keuangan. Akibatnya, penggemar K-pop menjadi kurang terbiasa menabung, berinvestasi, dan membuat anggaran untuk biaya tidak terduga sebelumnya. Hal inilah yang membuat pengelolaan keuangan pribadi menjadi penting bagi penggemar K-pop.

FoMO yang ditunjukkan oleh penggemar K-pop dapat memengaruhi keputusan keuangan mereka, terutama dalam hal pengeliran konsumtif atau tidak perlu. Pengeluaran konsumtif yang lebih besar dan kurangnya *financial planning* yang baik berkorelasi dengan tingkat FoMO yang tinggi (Darmawan dan Fathony 2020). Cara hidup sehari-hari seseorang untuk mengekspresikan dirinya melalui kegiatan, minat, dan pendapatnya mencerminkan gaya hidup seseorang. Perilaku

FoMO juga terkait dengan gaya hidup konsumtif atau hedonis, yang tercermin dari aktivitas yang sering dilakukan seseorang. Hal ini disebabkan oleh keinginan seseorang untuk tampil menarik dan mengikuti tren. Gaya hidup hedonism mendorong seseorang untuk membeli sesuatu terlalu banyak bukan karena kebutuhan tetapi karena keinginan. Hal ini juga mendorong seseorang untuk bertindak boros dan menyebabkan pengelolaan keuangan menjadi buruk (Misbahuddin and Prajawati, 2023). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Simarmata (2021) seseorang yang merasa FoMO atau takut tertinggal dari tren akan terdorong untuk melakukan pembelian atau tindakan yang seharusnya tidak diperlukan hanya karena ingin mengikuti gaya hidup dan merasa dirinya harus mengikuti segala sesuatu selama hidupnya. Permasalahan ini sering terjadi pada penggemar K-pop yang kurang mempunyai pengetahuan tentang literasi keuangan dan pengelolaan keuangan yang kurang. Menurut penelitian Sampoerno and Haryono, (2021) gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Hal ini terjadi karena seseorang yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi, akan berdampak pada perilaku pengelolaan keuangannya. Begitu pula dengan penggemar K-pop yang rentan secara finansial dan cenderung memiliki gaya hidup konsumtif. Beberapa penelitian lain mengungkapkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan (Arifin, 2022), (Linda 2022). Sebaliknya penelitian (Hidayah and Iramani 2023) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap pengelolaan

keuangan. Berbeda dengan penelitian (Putri dan Sulhan 2023) menyebutkan bahwa FoMO memiliki pengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Pengelolaan keuangan pribadi pada dasarnya bertujuan untuk membuat keseimbangan pengeluaran dan pemasukan untuk mencapai tujuan jangka panjang. *Love of money* adalah kecenderungan untuk menyukai dan menginginkan uang dalam jumlah besar dan dapat menjadi motivasi untuk mencapai tujuan keuangan. Oleh karena itu, cinta uang memiliki efek positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Beberapa penelitian terdahulu mengungkap hasil bahwa *love of money* mempunyai pengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi (Fadil dkk, 2023), (Agustin dkk, 2023), dan (Prasetyo and Lestari, 2022). Sebaliknya, beberapa penelitian yang mengungkap hasil bahwa pengelolaan keuangan pribadi tidak mempunyai pengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi (Aini and Rahayu, 2022), (Simange, 2022).

Penggemar K-pop yang mempunyai tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat mengurangi dampak negatif dari *love of money* pada pengelolaan keuangan pribadi. Penggemar K-pop yang memiliki pengetahuan yang baik tentang mengelola keuangan dapat membuat keputusan finansial yang lebih baik dan terhindar dari tindakan mengeluarkan uang secara impulsif untuk memiliki lebih banyak uang (Siregar, 2022). Dengan demikian, literasi keuangan dapat berfungsi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara cinta pada uang dan

perencanaan keuangan pribadi. Dengan kata lain, seseorang yang memiliki cinta pada uang yang tinggi tetapi tidak memahami keuangan mereka dengan baik mungkin membuat keputusan keuangan yang buruk karena kurangnya pengetahuan tentang cara mengelola keuangan mereka.

Baumeister (2002) menyebutkan bahwa *self control* mengacu pada pengelolaan keuangan yang lebih baik karena seseorang mengontrol pengeluarannya dengan melawan keinginan atau dorongan untuk membelanjakan lebih banyak keinginan daripada kebutuhan. Dalam hal ini, *self control* dalam pengelolaan keuangan pribadi merupakan sikap berhati-hati penggemar K-pop dalam menggunakan uang untuk tidak melakukan pembelian impulsif atau menghalangi pembelian terjadwal agar terhindar dari sikap konsumtif (Kurniawati, 2022). Penggemar K-pop memiliki hubungan yang erat dengan pengelolaan keuangan pribadi karena mereka adalah generasi yang hidup di era teknologi yang semakin maju dan rentan terhadap perilaku pengeluaran impulsif dan FoMO, yang dapat mempengaruhi keuangan pribadi mereka. Oleh karena itu, memiliki kemampuan *self control* yang baik akan membantu penggemar K-pop mengontrol pengeluaran mereka dan memberikan prioritas lebih besar untuk keuangan mereka dimasa depan (Syahrial, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian Mustikasari and Septina (2023) dan Ary Busman (2022) yang menyatakan bahwa *self control* berpengaruh positif terhadap manajemen keuangan pribadi. Namun bertentangan dengan penelitian Rey-Ares et al., (2021) dan Hidayanti et al., (2023) kontrol diri bukan

merupakan satu-satunya faktor yang mempengaruhi pengelolaan keuangan, melainkan dapat dipengaruhi oleh faktor lain.

Literasi keuangan, sebagai variabel moderasi, sangat penting untuk mengatur hubungan antara FoMO, *love of money*, dan *self control* dengan pengelolaan keuangan pribadi. Literasi keuangan mengacu pada pemahaman dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi mereka. Bagi penggemar K-pop, terdapat beberapa permasalahan literasi keuangan yang mungkin mereka hadapi seperti belanja impulsif, tidak memiliki anggaran, tidak mengerti investasi, kurangnya literasi finansial secara umum, dan pengaruh tren sosial. Penggemar K-pop sering tergoda untuk membeli *merchandise*, album, konser, atau produk terkait lainnya secara impulsive. Hal ini dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terencana dan merugikan keuangan pribadi. Beberapa penggemar mungkin tidak memiliki anggaran yang jelas atau rencana keuangan. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, mereka mungkin menghabiskan lebih banyak uang pada hobi mereka tanpa memperhitungkan konsekuensi jangka panjang. Penggemar K-pop yang mungkin mendapatkan penghasilan dari pekerjaan atau usaha mereka tidak selalu memahami konsep investasi yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk membangun kekayaan jangka panjang. Literasi finansial mencakup pemahaman terhadap konsep-konsep keuangan dasar, termasuk perencanaan keuangan, manajemen risiko, dan investasi. Mereka yang memahami prinsip dasar keuangan akan bertindak bijak dan hati-hati

dalam menggunakan uang mereka. Ini dapat dilihat dari perencanaan keuangan mereka, seperti membayar tagihan tepat waktu, menghindari gaya hidup konsumtif, dan belajar menabung dan berinvestasi (Ningtyas, 2019). Penelitian (Zuniarti and Rochmawati, 2021) dan (Nur, Hadady, and Bailusy 2022) menyatakan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh kontrol diri terhadap manajemen keuangan.

Kurangnya literasi finansial dapat membuat penggemar K-pop lebih rentan terhadap keputusan keuangan yang tidak bijaksana. Terkadang, penggemar K-pop dapat terpengaruh oleh tren sosial di kalangan teman sebaya mereka, yang dapat mendorong mereka untuk mengikuti gaya hidup atau belanja yang mungkin melebihi kemampuan keuangan mereka. Oleh karena itu, kontrol diri yang baik diperlukan agar tidak menjadi orang yang ikut-ikutan trend lebih bijak dalam memilih barang yang akan dibeli (Purwanti, 2021). Kemampuan seseorang untuk mengendalikan, mengatur, dan mengontrol perilaku mereka agar sesuai dengan lingkungan mereka dan membantu mereka membuat keputusan atau mempertimbangkan sesuatu dikenal sebagai kontrol diri (Arum, 2021). Mereka yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan melihat bagaimana berperilaku dengan benar dalam berbagai situasi, dan mereka cenderung menyesuaikan perilaku mereka sesuai dengan keadaan mereka saat ini, menurut Robert ( dalam Ghufron, 2010). Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti beranggapan bahwa fenomena-fenomena pembelian impulsif oleh penggemar K-pop melandasi peneliti untuk melakukan

penelitian terkait perilaku FoMO, *Love of Money*, dan *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi penggemar K-pop, dengan studi penggemar K-pop (Army) di Kota Malang.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka terdapat beberapa pertanyaan yang menjadi beberapa rumusan masalah :

1. Apakah perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki pengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-pop (Army) di Kota Malang?
2. Apakah *love of money* memiliki pengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-pop (Army) di Kota Malang?
3. Apakah *self control* memiliki pengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-pop (Army) di Kota Malang?
4. Apakah literasi keuangan mampu memoderasi hubungan antara perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-pop (Army) di Kota Malang?
5. Apakah literasi keuangan mampu memoderasi hubungan antara *love of money* dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-pop (Army) di Kota Malang?
6. Apakah literasi keuangan mampu memoderasi hubungan antara *self control* dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-pop (Army) di Kota Malang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap pengelolaan keuangan pribadi
2. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh *love of money* terhadap pengelolaan keuangan pribadi
3. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh *self control* terhadap pengelolaan keuangan pribadi
4. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antara perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap pengelolaan keuangan pribadi
5. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antara *love of money* terhadap pengelolaan keuangan pribadi
6. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antara *self control* terhadap pengelolaan keuangan pribadi

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Dimungkinkan untuk digunakan sebagai sumber informasi ilmiah untuk penelitian yang berkaitan dengan Pengaruh FoMO (*Fear of Missing Out*), *Love of Money*, dan *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan

Pribadi penggemar K-pop (Army) dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

salah satu manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan pengetahuan ilmiah tentang perencanaan keuangan kepada lebih banyak orang.
- b. Menggunakan evaluasi perencanaan keuangan yang sudah ada sebagai sarana untuk memperbaiki, mempertahankan dan mengembangkan prosedurnya.
- c. Untuk digunakan sebagai referensi bagi peneliti berikutnya tentang topik-topik yang terkait dengan skripsi.

### 1.5 Batasan Penelitian

Batasan masalah yang digunakan bertujuan untuk mencegah pokok masalah berkembang atau menyimpang dari topik, membuat penelitian lebih efisien, dan memudahkan pembahasan. Selain itu, batasan masalah membantu mencapai tujuan penelitian. Beberapa batasan untuk masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, hanya ada tiga variabel independen yang digunakan yaitu, Perilaku FoMO (*Fear of Missing Out*), *Love of Money*, *Self Control*. Variabel-variabel ini dapat dibuat lebih spesifik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan keuangan

pribadi individu dengan menggunakan variabel moderasi yang sama atau berbeda yang digunakan dalam skripsi ini.

2. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup penggemar K-pop (Army) di Kota Malang saja. Pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan ke objek penelitian yang lebih luas.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

Ada beberapa penelitian yang mengkaji variabel-variabel yang akan diteliti yaitu perilaku FoMO, *Love of Money*, *Self Control*, Pengelolaan Keuangan Pribadi & Literasi Keuangan. Penelitian tersebut mampu dicermati di tabel menjadi berikut:

#### **2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu**

Studi oleh Maghfiroh Hasda Nur et al. (2022) membahas pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan dengan pengendalian diri sebagai variabel moderasi. Penelitiannya menggunakan pendekatan analisis kuantitatif dan menggunakan program SPSS 28.0 ver. Hasilnya menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan tidak mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan secara parsial, variabel moderasi pengendalian diri memperkuat hubungan antara pengetahuan keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan.

Studi yang ditulis oleh Erlisa Viviantika Putri dan Muhammad Sulhan (2023) berjudul Pengaruh *Love of Money*, FoMO & Pengendalian Diri Terhadap *Personal Financial Planning* Generasi Z Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. Responden sebanyak 313 mahasiswa dengan menggunakan metode analisis SEM software Smart PLS 3.0. penelitian menunjukkan bahwa cinta uang dan pengendalian diri memiliki

dampak positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi, FoMO memiliki dampak positif dan tidak signifikan. Literasi keuangan tidak dapat mengontrol hubungan antara cinta uang, FoMO, dan pengendalian diri dengan pengelolaan keuangan pribadi generasi Z.

Studi Maya Zuniarti Rochmawati (2021) meneliti pengaruh Pendidikan Akuntansi keuangan, pendidikan keuangan keluarga, dan kontrol diri terhadap manajemen keuangan mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai moderasi. Penelitian ini menggunakan uji analisis linear berganda dan MRA untuk menganalisis data. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat perilaku pengelolaan keuangan, variabel pendidikan keuangan keluarga mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan secara negatif, variabel kontrol diri mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan secara positif, dan bahwa pembelajaran akuntansi keuangan, pendidikan keluarga, dan kontrol diri mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan secara signifikan.

Felisia Anggreni, Ivonne S.Saerang, dan Joubert (2022) melakukan penelitian tentang Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Karyawan Single di Kota Manado dengan Love of Money sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini melibatkan 100 karyawan dan menggunakan analisis linier berganda dan SEM menggunakan program Amos 24. Hasilnya menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan mempengaruhi pengelolaan keuangan secara positif, pengetahuan keuangan tidak mempengaruhi cinta pada uang, cinta pada uang tidak mempengaruhi cinta

pada uang, dan pengetahuan keuangan tidak mempengaruhi pengelolaan keuangan.

Salsyabilla Marsya, Azib (2022) meneliti bagaimana perilaku pengelolaan keuangan penggemar K-Pop dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan, pengendalian diri, dan perilaku konsumtif. Uji koefisien determinasi, Uji T, uji F, dan uji regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data. Respondennya adalah 214 penggemar K-pop di Kota Bandung. Penelitian menunjukkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan keuangan dan pengendalian diri, dan bahwa penggemar K-pop di Kota Bandung dipengaruhi secara negatif oleh perilaku pengelolaan keuangan karena perilaku konsumtif.

Studi Ade Gunawan, Wimpi Siski, dan Maya Sari (2020) Studi Mengenai Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Jumlah responden adalah 100 siswa, dan analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data. Studi menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan tidak mempengaruhi kualitas pengelolaan keuangan, sebaliknya, gaya hidup seseorang mempengaruhi kualitas pengelolaan keuangan.

Studi yang dilakukan oleh Eka Desy Purnama dan Fetrik Erwanto (2021) meneliti bagaimana pengetahuan keuangan dan literasi keuangan mempengaruhi perencanaan keuangan. Dalam penelitian ini, Smart PLS digunakan untuk melakukan analisis. Hasilnya menunjukkan bahwa

pengetahuan keuangan karyawan mempengaruhi perencanaan keuangan mereka lebih baik, literasi keuangan keuangan tidak mempengaruhi, dan gaya hidup tidak mempengaruhi literasi keuangan.

Studi Rudy, Sunardi, dan Kartono (2022) tentang Pengetahuan Keuangan dan Cinta Uang berdampak pada Pengelolaan Keuangan Pribadi dan Efek pada Kesejahteraan Masyarakat Desa Cihambulu, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Subang. Penelitian ini menggunakan uji regresi weight dengan 100 responden, menggunakan program Amos SPSS23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan pribadi dan kecintaan terhadap uang tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi, dan tidak berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat, namun pengelolaan keuangan pribadi mempengaruhi kesejahteraan masyarakat desa secara signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Adellia Mustikasari dan Fanny Septina pada tahun 2023 meneliti bagaimana pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Ciputra dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan, pembelian impulsif, dan pengendalian diri. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda dilakukan menggunakan program SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan pribadi lebih baik dengan pengetahuan keuangan dan kontrol diri daripada dengan pembelian impulsif.

Studi Irma Laili fajriyah dan Agung Listiadi (2021) meneliti bagaimana pendidikan keuangan keluarga dan uang saku berpengaruh terhadap

pengelolaan keuangan pribadi melalui literasi keuangan. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis jalur, dan data dari 158 siswa yang disurvei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan sebagai variabel intervensi dan pendidikan keuangan keluarga serta uang saku mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi secara langsung dan tidak langsung.

Studi Juliyanti dan David Humala (2023) Literasi Keuangan, Kecerdasan Spiritual, dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z di Kota Batam. Dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Sampel penelitian berjumlah 100 responden, dan hasil penelitian, menunjukkan bahwa keterampilan keuangan generasi Z, kecerdasan spiritual, dan gaya hidup hedonisme memberikan dampak positif terhadap cara mereka mengelola keuangan pribadi.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun Judul Penelitian	Variabel	Metode / Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	(Dita Harinda Saskia, Yulhendri 2020) Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan pada Pelaku UMKM	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial knowledge</i> (X1)</li> <li>2. <i>Financial skills</i> (X2)</li> <li>3. <i>Financial attitude</i> (X3)</li> <li>4. Pengelolaan keuangan (Y)</li> </ol>	Analisis data menggunakan analisis uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas, uji validitas menggunakan SPSS 20.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Financial knowledge, financial skills, and financial attitudes signifikan dan positif terhadap pengelolaan keuangan</li> <li>2. Financial knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan</li> <li>3. Financial skills berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan</li> </ol>
2.	(Aini and Rahayu 2022) <i>Love of Money, Financial Literacy, Locus of Control</i> dan Gender terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pelaku UMKM	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Love of Money (X1)</li> <li>2. Financial Literacy (X2)</li> <li>3. Locus of Control (X3)</li> <li>4. Gender (X4)</li> <li>5. Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)</li> </ol>	Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi berganda dengan program SPSS 26.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Love of Money tidak berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi</li> <li>2. Financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi</li> <li>3. Locus of Control berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi</li> <li>4. Gender berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi</li> </ol>
3.	(Rosa and Listiadi 2020) Pengaruh Literasi Keuangan,	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi Keuangan (X1)</li> <li>2. Pendidikan</li> </ol>	Teknik analisis data menggunakan analisis linier berganda dengan	Literasi keuangan, pendidikan keuangan di keluarga, teman sebaya, dan kontrol diri secara simultan dan

	Pendidikan Keuangan di Keluarga, Teman Sebaya, dan Kontrol diri terhadap Manajemen Keuangan Pribadi	Keuangan (X2) 3. Teman Sebaya (X3) 4. Kontrol Diri (X4) 5. Manajemen Keuangan Pribadi (Y)	responden sebanyak 177 orang	parsial berpengaruh terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa.
4.	(Yudha P, Theo dan Widoatmodjo 2023) Literasi Keuangan, dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Orang Dewasa Belum Menikah di DKI Jakarta (Yudha P, Theo dan Widoatmodjo 2023)	1. Literasi Keuangan (X1) 2. Sikap keuangan (X2) 3. Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y)	Teknik <i>nonprobability sampling</i> dengan jenis <i>purposive</i> . Teknik analisis data statistic deskriptif, analisis <i>outer loading</i> , analisis <i>average variance extracted</i> , analisis <i>cross loading factor</i> , analisis <i>composite reliability</i> , analisis <i>cronbach's alpha</i> dengan 150 responden.	1. Pendapatan dan financial literacy mempunyai pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan 2. Sikap keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap financial management behavior
5.	(Maulita and Mersa 2017) Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	1. Status Sosial Ekonomi Keluarga (X1) 2. Literasi Keuangan (Y1) (Z) 3. Manajemen	Menggunakan metode survey dengan <i>menyebarkan kuisisioner</i> . Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan Struktural Equation Modeling (SEM)	1. <u>menemukan</u> pengaruh langsung dari status social ekonomi orang tua dan kecerdasan spiritual terhadap literasi keuangan dan manajemen keuangan pribadi mahasiswa.

	Kendali dan Kebiasaan Belanja terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Kebiasaan Belanja</li> <li>4. Pengelolaan Keuangan Pribadi</li> </ol>	regresi linier berganda	terhadap pengelolaan keuangan
9.	(Arifin 2022) Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Universitas PGRI Palembang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial Literacy</i></li> <li>2. <i>Lifestyle</i></li> <li>3. <i>Financial Management</i></li> </ol>	Kuantitatif asosiatif (kausal) dengan teknik analisis regresi linier berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat pengaruh secara parsial antara literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan</li> <li>2. Gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap pengelolaan keuangan</li> </ol>
10.	(Agustin et al. 2023) Pengaruh <i>Love of Money</i> dan Gender Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi pada Generasi Z di Kota Mojokerto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Love of Money</i></li> <li>2. Gender</li> <li>3. Pengelolaan Keuangan Pribadi</li> </ol>	Pengambilan sampel dengan random sampling rumus slovin 100 responden. Metode analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS ver. 22	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Love of Money</i> secara parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi</li> <li>2. Gender secara parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi</li> </ol>
11.	(Wulandari and Hakim 2015) Pengaruh <i>Love of Money</i> , Pendidikan Keuangan di	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Love of Money</i></li> <li>2. Pendidikan keuangan di keluarga</li> <li>3. Hasil belajar</li> </ol>	Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS versi 20.0	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Love of Money</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi</li> <li>2. Pendidikan keuangan keluarga berpengaruh positif dan</li> </ol>

	Keluarga, Hasil Belajar Manajemen Keuangan, dan Teman Sebaya terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa	manajemen keuangan 4. Teman sebaya 5. Manajemen Keuangan Pribadi		signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi 3. Hasil belajar manajemen keuangan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi 4. Teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi
12.	(Prasetyo and Lestari 2022) Pengaruh Literasi Keuangan, Love of Money dan Minat Investasi di Pasar modal terhadap Manajemen Keuangan Pribadi (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta)	1. Literasi Keuangan (X1) 2. <i>Love of Money</i> (X2) 3. Minat Investasi (X3) 4. Manajemen Keuangan Pribadi (Y)	Analisis data menggunakan uji asumsi klasik melalui uji normalitas dan multikolinieritas. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi dan uji parsial (uji T).	1. <i>Love of Money</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi 2. Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap manajemen keuangan pribadi 3. Minat investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi
13.	(Zuniarti and Rochmawati 2021) Pengaruh Pembelajaran Akuntansi	1. Pembelajaran Akuntansi Keuangan (X1) 2. Pendidikan Keuangan	Analisis yang digunakan adalah uji analisis linier berganda serta MRA, dengan jumlah 125 responden diambil dengan	1. Pendidikan Keuangan Keluarga berpengaruh negatif terhadap manajemen keuangan 2. Kontrol diri berpengaruh positif terhadap manajemen

	Keuangan, Pendidikan Keuangan Keluarga, Kontrol Diri terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa dengan Literasi Keuangan sebagai Moderasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. Keluarga (X2)</li> <li>3. Kontrol Diri (X3)</li> <li>4. Manajemen Keuangan (Y)</li> <li>5. Literasi Keuangan (Z)</li> </ul>	teknik <i>purposive sampling</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. keuangan</li> <li>3. Pengaruh pembelajaran akuntansi keuangan, pendidikan keluarga dan kontrol diri terhadap pengelolaan keuangan diperkuat oleh variabel literasi keuangan</li> </ul>
14.	(Novitasari et al. 2021) <i>The Effect of Financial Literacy, Parents Social Economic and Student Lifestyle on Students Personal Financial Management</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial Literacy</i> (X1)</li> <li>2. <i>Parents Social Economic</i> (X2)</li> <li>3. <i>Student Lifestyle</i> (X3)</li> <li>4. <i>Personal Financial Management</i> (Y)</li> </ul>	Teknik analisis data <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dengan menggunakan software SmartPLS 3.0. responden sebanyak 220 orang	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi siswa</li> <li>2. Gaya hidup mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi siswa</li> <li>3. Sosial ekonomi orang tua berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi siswa</li> </ul>
15.	(Komarudin et al. 2020) Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi Keuangan (X1)</li> <li>2. Pengendalian Diri (X2)</li> </ul>	Populasi penelitian sebanyak 56 orang, metode penentuan sampel menggunakan metode <i>sampling jenuh</i> dengan sampel mengikuti populasi sebanyak 56 orang. Teknik	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi keuangan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan</li> <li>2. Pengendalian diri mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan</li> </ul>

	Keuangan (Survei Pada Tenaga Pendidik SD Se-Kecamatan Kuningan		analisis data menggunakan analisis regresi.	keuangan
16.	(Ulumudiniati and Asandimitra 2022) Pengaruh Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, Love of Money terhadap Financial Management Behavior: Lifestyle sebagai mediasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial Literacy (X1)</i></li> <li>2. <i>Financial Self-Efficacy (X2)</i></li> <li>3. <i>Locus of Control (X3)</i></li> <li>4. <i>Parental Income (X4)</i></li> <li>5. <i>Love of Money (X5)</i></li> <li>6. <i>Financial Management Behavior (Y)</i></li> <li>7. <i>Lifestyle (Z)</i></li> </ol>	Teknik analisis data menggunakan <i>Structural Equation Model (SEM)</i> dengan software Amos 24. Jumlah sampel sebanyak 264 responden dengan menggunakan teknik purposive dan snowball sampling dan diambil dari kuesioner online.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak dapat pengaruh pendapatan orang tua terhadap perilaku pengelolaan keuangan</li> <li>2. Literasi keuangan dan financial self efficacy, locus of control, love of money, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan.</li> <li>3. Literasi keuangan mempengaruhi gaya hidup dan gaya hidup memediasi antara literasi keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan.</li> </ol>
17.	(Asandimitra 2021) Pengaruh Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self Control, dan Risk Tolerance terhadap Financial Management Behavior	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Financial Literacy</li> <li>2. Income</li> <li>3. Hedonism Lifestyle</li> <li>4. Self Control</li> <li>5. Risk Tolerance</li> <li>6. Financial Management Behavior</li> </ol>	Teknik analisis data menggunakan <i>Structural Equation Model (SEM)</i> , dengan jumlah responden sebanyak 200 orang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perilaku pengelolaan keuangan dipengaruhi oleh gaya hidup dan hedonistic</li> <li>2. Pengendalian diri tidak dipengaruhi oleh literasi keuangan, pendapatan, dan toleransi risiko</li> </ol>

18.	(Mustikasari and Septina 2023) Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Impulsive Buying</i> , dan Pengendalian Diri terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Ciputra	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi Keuangan</li> <li>2. <i>Impulsive Buying</i></li> <li>3. Pengendalian Diri</li> <li>4. Pengelolaan Keuangan Pribadi</li> </ol>	Teknik non-probability sampling dengan teknik purposive sampling, dengan 123 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 22	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi</li> <li>2. <i>Impulsive buying</i> tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi</li> <li>3. Pengendalian diri berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi.</li> </ol>
19.	(Hidayah and Iramani 2023) Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Sikap Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Milenial dengan Pengendalian Diri sebagai Variabel Mediasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi Keuangan</li> <li>2. Gaya Hidup</li> <li>3. Sikap keuangan</li> <li>4. Pengendalian Diri</li> <li>5. Pengelolaan Keuangan</li> </ol>	Teknik analisis data menggunakan PLS-SEM dengan program Smart-PLS 4, jumlah responden 235 orang.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi Keuangan dan Gaya Hidup berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan</li> <li>2. Pengendalian Diri tidak memediasi literasi keuangan terhadap</li> <li>3. Sikap keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan.</li> <li>4. Pengendalian diri tidak memediasi literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan.</li> </ol>
20.	(Ary Busman	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan</li> </ol>	Analisis data	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan keuangan</li> </ol>

	2022) Peran Pengetahuan Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Kontrol Diri, dan Literasi Keuangan Dalam Manajemen Keuangan Pribadi Generasi Z di Kabupaten Sumbawa	<ul style="list-style-type: none"> <li>keuangan</li> <li>2. Gaya hidup hedonism</li> <li>3. Kontrol Diri</li> <li>4. Literasi Keuangan</li> <li>5. Manajemen Keuangan Pribadi</li> </ul>	menggunakan PLS dengan Smart PLS. sampel yang diperoleh adalah 100 responden dengan teknik purposive sampling.	<ul style="list-style-type: none"> <li>berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi</li> <li>2. Gaya hidup hedonism berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi</li> <li>3. Kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi</li> <li>4. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi.</li> </ul>
21.	(Haudi and Widya 2023) <i>The Role of Financial Literacy, Financial Attitudes, and Family Financial Education On Personal Financial Management and Locus of Control of University Students</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial Literacy</i></li> <li>2. <i>Financial Attitudes</i></li> <li>3. <i>Family financial education</i></li> <li>4. <i>Personal Financial Management</i></li> <li>5. <i>Locus of Control</i></li> </ul>	Responden penelitian adalah mahasiswa Banten sebanyak 321 mahasiswa. Data penelitian diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner secara online. Pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial Literacy has a positive and significant effect on personal financial management</i></li> <li>2. <i>Financial attitudes have a positive and significant effect on personal financial management</i></li> <li>3. <i>Family financial education has a positive and significant effect on personal financial management</i></li> <li>4. <i>Financial literacy, financial attitudes, financial education has a positive and significant on locus of control</i></li> </ul>

22.	(Wahyuni, Radiman, and Nanda 2023) <i>The Effect of Love of Money, Peer Group and Financial Literacy on Personal Financial Management in Management Study Program Students, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Love of Money</i></li> <li>2. <i>Peer Group</i></li> <li>3. <i>Financial Literacy</i></li> <li>4. <i>Personal Financial Management</i></li> </ol>	Responden penelitian sebanyak 84 mahasiswa. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner secara online. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Love of money, peer group and financial literacy has a positive and significant effect on personal financial management</i></li> </ol>
23	(Nguyen et al. 2021) <i>The Influence of Self-control on Personal Financial Management</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Self Control Behavior</i></li> <li>2. <i>Emotional Self Control</i></li> <li>3. <i>Self control of thoughts</i></li> <li>4. <i>Personal Financial Management</i></li> </ol>	Responden penelitian sebanyak 611 siswa di Vietnam. Data diperoleh melalui kuesioner. Analisis data menggunakan software SPSS 20.0, analysis method-EFA, analysis correlation dan analisis regresi linier berganda.	<i>Self-control behavior, self-control of emotions, and self-control of thoughts have positive effects on the behavior of wealth management.</i>
24	(Wardani and Arif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Self Control</i></li> </ol>	Data diperoleh melalui	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Self Control</i> berpengaruh</li> </ol>

	2023) <i>The Influence of Self Control and Understanding of "Tri Pantangan" Teaching on Student Personal Financial Management</i>	2. Tri Pantangan	kuesioner yang disebarakan secara online. Analisis data menggunakan software SPSS versi 25	positif terhadap pengelolaan keuangan 2. Tri Pantangan berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi
25	(Mahapatra and Mishra 2019) <i>Role of Self-control and Money Attitude in Personal Financial Planning</i>	1. <i>Self-control</i> 2. <i>Money attitude</i>	Analisis data regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 25	1. <i>Self-control have positive significant effect on personal financial planning</i> 2. <i>Money attitude have positive significant effect on personal financial planning</i>
26	(Tambun and Cahyati 2023) <i>Self-Control Moderation on the Influence of Financial Behavior and Spiritual Intelligence on Financial Planning</i>	1. <i>Self-control</i> 2. <i>Financial behavior</i> 3. <i>Spiritual intelligence</i> 4. <i>Financial planning</i>	Responden penelitian sebanyak 175 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan random sampling dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data menggunakan software Smart PLS	1. Perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan keuangan 2. Kecerdasan spiritual berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan 3. Pengendalian diri mampu memperkuat pengaruh kecerdasan spiritual pada perencanaan keuangan.
27	(Bado et al. 2023) <i>How Do Financial</i>	1. <i>Financial Literacy</i>	Sampel sebanyak 54 responden. Analisis data	1. Literasi keuangan, sikap keuangan, pendidikan

	<i>Literacy, Financial Management Learning, Financial Attitudes and Financial Education in Families Affect Personal Financial Management in Generation Z?</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. <i>Financial Management Learning</i></li> <li>3. <i>Financial Attitudes</i></li> <li>4. <i>Financial Education in Families Affect</i></li> <li>5. <i>Personal Financial Management</i></li> </ol>	menggunakan regresi linier berganda	<p>keuangan dalam keluarga tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Pembelajaran pengelolaan keuangan berpengaruh terhadap pengelolan keuangan pribadi</li> </ol>
28	(Kartawinata et al. 2021) <i>The Influence of Lifestyle and Financial Behavior on Personal Financial Management for The Millennia Generation (Study on College Students in Bandung City, Indonesia)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Lifestyle</i></li> <li>2. <i>Financial Behavior</i></li> <li>3. <i>Personal Financial Management</i></li> </ol>	Teknik pengambilan sampel non probability sampling, jumlah responden 400 orang. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perilaku keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi</li> </ol>
29	(Mashud, Mediaty, and Pontoh 2021) <i>The Effect of Financial</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial Literature</i></li> <li>2. <i>Income of Parents</i></li> </ol>	Jumlah responden sebanyak 125 siswa. Dengan bantuan software SPSS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Financial literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan</li> <li>2. Lifestyle and income of</li> </ol>

	<i>Literature, Lifestyle and Income of Parents on Student Financial Management Behavior</i>	3. <i>Students Financial Management Behavior</i>		parents tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan.
30	(Rasyid 2023) <i>The Influence of Lifestyle and Finance Literacy on Employee Financial Management</i>	1. <i>Lifestyle</i> 2. <i>Financial Literacy</i> 3. <i>Financial Management</i>	Sampel terdiri dari 100 responden, analisis data menggunakan bantuan software SPSS 25.0	1. <i>Lifestyle</i> berpengaruh positif terhadap <i>financial management</i> 2. <i>Financial Literacy</i> berpengaruh positif terhadap <i>financial management</i>

## 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

**Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian**

<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
Pengelolaan keuangan pribadi adalah satu variabel dependen yang diuji, dan beberapa variabel independen termasuk literasi keuangan dan pengendalian diri yang sama.	Variabel independen baru, seperti FoMO dan cinta uang, belum banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya. Dengan subjek dan objek penelitian yang berbeda, seperti penggemar K-pop, hasilnya akan berbeda.

Sumber: Diolah Peneliti 2024

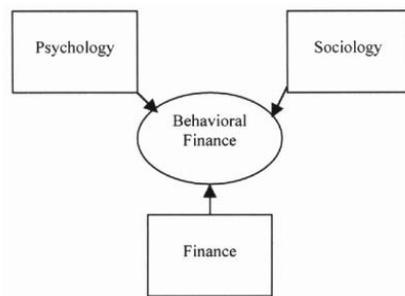
## 2.3 Kajian Teoritis

### 1.3.1 *Behavioral Finance Theory*

Teori ini merupakan gabungan antara sosiologi dan psikologi yang berfungsi untuk membuat keputusan. Slovic melakukan penelitian pada tahun 1969 dan 1972, dan *Behavioral Finance Theory* menjadi dikenal. Slovic berpendapat bahwa ada komponen psikologis dalam keputusan keuangan. Pada tahun 1990, teori ini menjadi populer di dunia bisnis dan dilakukan oleh para akademisi seperti Ricciardi & Simon, (2000) dan Shiller, (2003). Teori ini ada karena adanya perilaku individu dalam mengambil keputusan keuangan. Sebelum adanya *behavioral finance theory*, sudah ada ilmu ekonomi dasar atau biasa dikenal dengan

*traditional finance theory*. Teori ini berasumsi bahwa pasar yang bersifat efisien memungkinkan seseorang untuk berperilaku rasional, dan pasar yang bersifat efisien merupakan pasar yang dapat merespon dengan cepat dan akurat terhadap informasi yang tersedia di pasar untuk mencapai keseimbangan baru. Teori tradisional tentang keuangan hanya mencakup teori-teori yang berkaitan dengan ekonomi, tidak ada kaitannya dengan teori psikologi. Menurut Ricciardi & Simon, (2000) ada 3 faktor yang dapat mempengaruhi *behavior finance*:

**Gambar 2. 1 Teori Behavior Finance**



Sumber : (Ricciardi & Simon, 2000)

### 1. Psikologi

Menurut Yuniningsih (2016) yang disebutkan dalam Yuniningsih (2020) terdapat 7 faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan dalam faktor psikologi :

#### a. *Emotion*

Emosi disebut sebagai dorongan hati yang lebih melibatkan perasaan dalam melakukan sesuatu. Oleh karena itu, emosi seseorang sangat mempengaruhi perilaku mereka. Perilaku tersebut dapat mencakup bagaimana seseorang belajar, mengingat, cara berpikirnya saat menghadapi masalah, bagaimana seseorang menerima atau memahami informasi, dan masalah yang mereka hadapi. Setiap orang akan dibentuk oleh emosinya, yang menentukan sifatnya, baik atau buruk, hati-hati atau ceroboh, berani atau takut mengambil risiko. Menurut Ackert (2003), elemen penting setiap orang adalah emosi, karena emosi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan.

b. *Loss aversion*

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi emosi seseorang adalah keengganan untuk kehilangan. Pasalnya, hal ini pada hakikatnya adalah reaksi individu terhadap suatu peristiwa negatif yang memperparah perasaan penyesalan.

c. *Regret aversion*

Perasaan takut saat mengambil tindakan untuk menghindari membuat keputusan yang salah. Tindakan yang tidak tepat dapat menyebabkan kerugian, dan

kerugian yang ditanggung dapat memengaruhi keputusan selanjutnya.

d. *Herding*

Memiliki kecenderungan untuk mengikuti apa yang dilakukan orang lain. Ada dua kategori perilaku *herding* :

1. *Haerding* Rasional

Ketika seseorang memiliki informasi yang sama dan membuat keputusan yang sama untuk mencapai keuntungan maksimal.

2. *Haerding* Irasional

Terjadi ketika seseorang panic dan tidak yakin. Ini cenderung menyebabkan ketidakpastian dalam membuat keputusan.

e. *Overconfidence*

Terlalu percaya diri menunjukkan seseorang yang sangat percaya pada apa yang dimilikinya, seperti kekayaan, pengetahuan, pengalaman, pendidikan, dan usia.

f. *Evaluasi*

Seringkali tidaknya seseorang melakukan evaluasi juga mempengaruhi perilaku dan tindakan seseorang saat mengambil keputusan keuangan. Seringkali seseorang memiliki kontrol dan menilai segala sesuatu yang menjadi

tujuannya disebut evaluasi. Evaluasi dalam konteks psikologi keuangan mengacu pada proses penilaian individu terhadap informasi, situasi, atau opsi keuangan. Aspek ini sangat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang karena cara seseorang mengevaluasi risiko, keuntungan, dan kerugian potensial akan menentukan keputusan keuangan yang diambil.

g. *Financial Literacy*

Literasi keuangan mengacu pada kemampuan untuk mengumpulkan informasi saat membuat keputusan. Aspeknya meliputi : pengetahuan keuangan, manajemen keuangan, manajemen kredit dan hutang, tabungan dan investasi, manajemen risiko.

2. Sosiologi

Faktor demografi adalah salah satu yang dapat memengaruhi perilaku keuangan. Selain faktor psikologi, demografi memainkan peran penting dalam membuat keputusan. Tingkat ekonomi, pendapatan, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, dan faktor lain adalah semua faktor yang memengaruhi demografi. Mereka yang berpendidikan tinggi, berpenghasilan tinggi, memiliki pengalaman, dan lebih dewasa cenderung lebih percaya diri dalam membuat suatu keputusan.

### 2.3.2 *Theory Planned of Behavior (TPB)*

Teori ini diperbarui dari *theory of reasoned action* (TRA). Menurut (Ajzen 1991) *Theory of Planned Behavior (TPB)* mengatakan bahwa *attitude toward the behavior* (sikap terhadap perilaku) dan *subjective norms* (norma subjektif) membentuk niat seseorang terhadap perilaku. Teori ini menjelaskan bagaimana sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku persepsian terhadap niat dalam berperilaku berkorelasi satu sama lain. Ini dilakukan untuk memprediksi bagaimana setiap orang akan berperilaku. teori ini juga menyatakan bahwa setiap orang akan berperilaku jika mereka memiliki niat untuk berperilaku (Ajzen 1991). Sehingga digunakan untuk melihat bagaimana sikap seseorang mempengaruhi perilaku mereka.

(Ajzen 1991) menyatakan bahwa tiga komponen akan membentuk niat seseorang terhadap perilakunya :

1. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*)

Mengatakan bahwa sikap pribadi seseorang dapat menentukan perilaku yang akan mereka lakukan (Ajzen, 1991). Keyakinan seseorang tentang perilaku dan evaluasi hasilnya membentuk sikap pada perilaku.

2. Norma subjektif (*subjektif norms*)

Reaksi seseorang terhadap pendapat orang disekitarnya dikenal sebagai norma subjektifnya. Ini adalah keyakinan

seseorang dalam mengikuti saran atau masukan orang lain dalam berperilaku.

3. Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*)

Persepsi kontrol perilaku adalah bagaimana seseorang menganggap perilaku mereka mudah atau sulit.

### **2.3.3 Pengelolaan Keuangan Pribadi**

#### **1.2.3.1 Pengertian Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Menurut Financial Planning Standard Board (FPSB) (Susanto, et al, 2022) perencanaan keuangan adalah proses pencapaian tujuan keuangan melalui perencanaan manajemen keuangan terpadu. Perencanaan keuangan pribadi atau keluarga mungkin membutuhkan perencanaan keuangan untuk memulai pengelolaan keuangan secepat mungkin untuk mencapai tujuan keuangan secara sistematis, terorganisir, dan cerdas. Perencanaan keuangan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang paling penting (prioritas). Ini termasuk kebutuhan segera, keamanan aset melalui manajemen risiko individu, kebutuhan jangka menengah, seperti perumahan dan pendidikan, kebutuhan jangka panjang, seperti pembagian warisan, dan pensiun. Perencanaan keuangan yang dibutuhkan mencakup investasi dan tabungan, pembayaran hutang, asuransi, pajak, dana pensiun, dan dana perumahan.

Menurut Gitman and Zutter (2015) untuk mengelola uang pribadi, baik sebagai individu maupun sebagai rumah tangga, diperlukan keterampilan dan keahlian. Penggemar K-pop memiliki kecenderungan untuk menghabiskan uang dengan adanya pertumbuhan teknologi sehingga memberikan kemudahan dalam membeli secara online. Akibatnya, manajemen keuangan menjadi hal yang penting. Dampak dari kemudahan teknologi yang ada, mudahnya akses media sosial yang menyediakan informasi tentang berbagai produk atau *merchandise* yang sedang trend dan promo, membuat penggemar K-pop membuat keputusan keuangan yang ceroboh dan kurang terbiasa untuk menabung, berinvestasi, berasuransi, serta membuat anggaran sebelumnya untuk biaya tak terduga. Mengelola keuangan pribadi dengan bijak adalah kunci untuk menikmati hobi tanpa merugikan stabilitas keuangan bagi penggemar K-pop, yang sering dihadapkan pada berbagai kesempatan pembelian merchandise, tiket konser, dan produk K-pop lainnya. Fenomena tersebut yang membuat manajemen keuangan pribadi menjadi sangat penting diterapkan oleh penggemar K-Pop, seperti membuat anggaran dan catatan keuangan bulanan yang mencakup pengeluaran untuk hobi K-pop, mengalokasikan uang untuk pembelian merchandise, tiket konser, atau langganan platform streaming K-pop, membuat daftar keinginan dan memprioritaskan pembelian berdasarkan kepentingan dan anggaran yang tersedia, serta memanfaatkan diskon untuk mendapatkan

produk K-pop atau tiket konser dengan biaya yang lebih rendah. Dengan hal tersebut penggemar K-pop dapat menyadari betapa pentingnya menjaga keuangan pribadi dalam berbagai keadaan dan menikmati hobi tanpa menimbulkan beban keuangan yang berlebihan.

#### 1.2.3.2 Aspek Pengelolaan Keuangan Pribadi

Analisis keuangan seseorang dari berbagai sudut pandang, termasuk semua sumber daya dan aset yang dapat diakses, dikenal sebagai manajemen keuangan. Setelah itu, menyelesaikan masalah keuangan dan memenuhi keinginan dengan menggunakan sumber daya yang tersedia melalui proses metodis. Menurut Warsono (2010) (dalam Fathimatus Zahro et al., 2022) klasifikasi pengelolaan keuangan pribadi dibagi menjadi 4 bagian :

##### 1. Penggunaan Anggaran

Mengalokasikan dan menggunakan dana untuk memenuhi kebutuhan, apapun sumbernya, adalah masalahnya. Untuk memastikan bahwa dana tidak dibelanjakan hanya untuk kebutuhan sehari-hari, tangga prioritas dibuat berdasarkan kebutuhan, dengan tetap mempertimbangkan presentase. Menghitung kebutuhan pribadi sangat penting karena 70% dari uang yang dialokasikan digunakan untuk

pengeluaran sehari-hari, 20% dapat ditabung, dan 10% dapat diinvestasikan.

## 2. Memilih Sumber Dana

Sangat penting untuk bisa menemukan dan mengetahui dari mana dana berasal. Sumber pendanaan yang mungkin termasuk orang tua, donator, dan beasiswa. Ditambah lagi, setiap orang mempunyai hak untuk memilih sumber pembiayaan mereka sendiri. Ada banyak cara untuk mendapatkan uang. Memiliki kemampuan untuk menemukan sumber dana, seseorang kemudian mencari dana alternative yang dapat dikontrol.

## 3. Manajemen Risiko

Seseorang harus mempersiapkan diri terlebih dahulu untuk melindungi diri dari situasi yang tidak terduga. mematuhi asuransi saat terjadi kejadian yang tidak terduga seperti sakit atau keperluan mendesak adalah salah satu tindakan yang sering dilakukan dalam rangka penerapan perlindungan diri.

## 4. Perencanaan Masa Depan

Setiap orang mengharapkan masa depan yang cerah, jadi penting untuk mempersiapkan diri untuk mendukungnya dengan merencanakan masa depan.

### 1.2.3.3 Tahapan Pengelolaan Keuangan Pribadi

Perencanaan keuangan dan manajemen keuangan harus diintegrasikan untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Mengalokasikan uang, berinvestasi, atau menabung adalah semua cara yang dapat dilakukan untuk mengendalikan pengelolaan keuangan. Untuk mencegah tindakan yang tidak diperlukan atau tidak diinginkan, seseorang dapat menerapkan manajemen keuangan. Tindakan keuangan yang direncanakan, dilaksanakan, dan dianalisis oleh individu atau keluarga dikenal sebagai keuangan pribadi. Mereka dapat menghasilkan dana yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan segera dan jangka panjang melalui tindakan ini. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) ada beberapa tahapan dalam pengelolaan keuangan, sebagai berikut :

1. Menetapkan tujuan keuangan (jangka pendek, menengah, dan panjang) untuk mengevaluasi kondisi keuangan saat ini.
2. Untuk memeriksa situasi keuangan saat ini dan membandingkannya dengan keadaan yang diinginkan, data tentang posisi keuangan saat ini dikumpulkan.
3. Mengumpulkan data untuk mengetahui bagaimana situasi keuangan saat ini berbeda dengan hasil keuangan yang diharapkan.

4. Menentukan tujuan keuangan dan membuat rencana untuk mencapainya.
5. Mengimplementasikan rencana keuangan, terutama pelaksanaannya.
6. Kemampuan untuk mencapai tujuan keuangan, terutama meninjau secara berkala sesuai dengan tujuan keuangan dan waktu yang sudah ditetapkan.

#### 1.2.3.4 Pengelolaan Keuangan dalam Islam

Meskipun Islam melihat uang sebagai alat perdagangan bukan produk atau komoditas, banyak orang yang masih membeli dan menjual uang (permainan uang) saat ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami manajemen keuangan syariah karena sangat membantu dalam pengelolaan diri sendiri dan keluarga, dan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang tepat untuk pencapaian tujuan keuangan sosial Islam. Tujuan dari pendekatan hukum Islam terhadap pengelolaan keuangan ini tercantum dalam ayat Al-Qur'an :

#### **Q.S Al Furqon : 67**

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

*Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”*

Menurut Tarigan (2012) Istilah al-iqtishad dan al-muqtashid terkait erat dengan surat Al Furqan ayat 67. Kedua kata tersebut berarti menghemat dan tidak berlebihan. Artinya, ayat ini mengajarkan umat Muslim untuk menjalani kehidupan yang sederhana dan menghindari membelanjakan uang secara berlebihan.

Menurut Tafsir Quraish shihab dan ibnu katsier, pendidikan akhlak yang ditemukan dalam Al-Qur’an Surat Al Furqan ayat 67 yang pertama menyatakan bahwa seorang hamba, terlepas dari kekayaannya, tidak boleh berperilaku melampaui batas atau mubadzir. Selain itu, ayat tersebut menyatakan bahwa jika seorang hamba membelanjakan hartanya, mereka tidak boleh mubadzir atau boros (Shihab, 2007).

### *1.3.2 Fear of Missing Out*

#### *1.2.3.1 Pengertian Fear of Missing Out (FoMO)*

Przybylski et al. (2013) ketakutan ketinggalan sebagai ketakutan bahwa seseorang atau sekelompok orang akan kehilangan kesempatan untuk menghadiri acara penting jika mereka tidak dapat

menghadirinya. Rasa takut ketinggalan membuat seseorang hanya peduli dengan dunia luar, yang dapat menyebabkan kehilangan identitas dan lebih buruk lagi, membuat mereka lebih peduli dengan kehidupan orang lain daripada kehidupan mereka sendiri. Perilaku ketakutan akan kehilangan (FoMO) mungkin berbahaya dan berdampak pada kesehatan mental jika tidak diatasi dengan baik. Orang yang memiliki kesehatan mental memiliki kebijaksanaan, kemampuan untuk mengendalikan diri, perilaku yang memperhatikan orang lain, dan optimisme dalam hidup.

Menurut arti diatas, takut kehilangan sesuatu adalah perasaan takut yang muncul ketika seseorang meninggalkan peristiwa penting yang melibatkan individu atau grup lain dimana mereka tidak dapat berpartisipasi secara langsung, ini ditunjukkan dengan keinginan untuk terus terlibat dengan dalam aktivitas individu atau kelompok lain di internet atau media sosial. FoMO memotivasi individu memiliki karakteristik gaya hidup untuk terus memeriksa akun media sosial agar tetap terhubung dengan kuat melalui hubungan sosial, hal ini membuat orang gagal untuk menahan keinginan untuk memeriksa media sosial atau berhenti memikirkan media sosial (Aisafitri and Yusrifah, 2020).

### 1.2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fear of Missing Out (FoMO)

Menurut Przybylski et al. (2013), pendekatan rendahnya kebutuhan pokok menunjukkan bahwa ada rasa takut ketinggalan (FoMO). Rasa takut ketinggalan (FoMO) dikaitkan dengan kondisi psikologis ini, yang terjadi ketika kebutuhan fisik dan mental seseorang tidak terpenuhi. Berikut ini adalah aspek-aspek dari rasa takut ketinggalan (FoMO):

#### 1. *Comparison with friends*

Membandingkan diri dengan orang lain atau teman yang dapat menyebabkan emosi negatif.

#### 2. *Being left out*

Emosi buruk yang muncul karena tidak terlibat dalam aktivitas atau obrolan

#### 3. *Missed experiences*

Ketidakmampuan untuk terlibat dalam suatu aktivitas menyebabkan emosi yang tidak menyenangkan, terutama compulsion untuk mengamati apa yang dilakukan orang lain untuk menghindari perasaan seperti takut ketinggalan.

### 1.2.3.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Fear of Missing Out (FoMO)

Beberapa faktor yang mempengaruhi FoMO dikutip dari penelitian oleh Przybylski et al. (2013) diantaranya :

#### 1. *Need Satisfaction*

Pemenuhan tiga elemen (kemampuan, autonomi, dan hubungan) menentukan tingkat kepuasan individu. Orang-orang yang ingin mengekspresikan tindakannya secara mandiri (autonomy) menggunakan media sosial, sebagai perantara mengembangkan kemampuan/bakat, dan sebagai kesempatan untuk membangun hubungan sosial. Oleh karena itu, jelas bagaimana FoMO menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan psikologis dasar.

#### 2. *General Mood*

Ketika orang merasa bosan atau kesepian, mereka lebih banyak menggunakan media sosial. Dengan kata lain, memanfaatkan media sosial untuk menghindari perasaan tersebut dapat mengakibatkan FoMO.

#### 3. *Life Satisfaction*

Lebih banyak orang yang tidak bahagia dengan hidup mereka akan berbagi ketidakpuasan mereka di media

sosial. Dia menjadi lebih tidak puas dengan hidupnya daripada sebelumnya karena dia sering menyadari bahwa orang lain menikmati apa yang dia tidak nikmati. Hal ini menghasilkan apa yang disebut FoMO, atau *fear of missing out*.

#### 4. Usia

Remaja dan dewasa muda memiliki FoMO yang tinggi karena mereka cenderung menunjukkan tingkat kepuasan hidup yang tinggi pada usia mereka dibandingkan dengan orang yang lebih tua. Akibatnya, FoMO hanya terjadi di awal remaja dan dewasa muda.

#### 5. Jenis Kelamin

Dilaporkan bahwa partisipan dengan jumlah FoMO tertinggi adalah laki-laki.

### 1.2.3.4 *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam Islam

Kecemasan yang dirasakan seseorang ketika tidak dapat berpartisipasi atau terhubung dengan aktivitas (tren) yang sedang dialami orang lain disebut FoMO. FoMO adalah sindrom yang menimbulkan banyak kekhawatiran tentang dunia. Namun Allah SWT berfirman bahwa ketakutan terhadap berbagai macam penderitaan duniawi merupakan salah satu ujian yang Allah berikan kepada

manusia agar mereka sabar menghadapi penderitaan tersebut, sebagaimana dijelaskan dalam ayat berikut:

### **Q.S Al- Baqarah: 155**

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ ۗ وَبَشِّرِ

الصَّابِرِينَ

*Artinya:* “Dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar.” (Departemen Agama RI, 2007)

Pada ayat ini, Allah memberikan isyarat kepada manusia yang akan menghadapi cobaan kecil, yaitu ketakutan atau keresahan karena hal-hal duniawi seperti kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan, menurut tafsir Al-Misbah. Menurut Quraish Shihab, turunnya ayat ini bermanfaat bagi manusia karena mereka dapat menghadapi cobaan dengan mengetahui informasi yang diberikan Allah tentang adanya cobaan (Shihab, 2002).

### 1.3.3 *Love of Money*

#### 1.3.3.1 Pengertian *Love of Money*

Teori *Love of money* pertama kali diperkenalkan (Tang 1988) dengan skala yaitu *Money Ethic Scale* (MES). Dalam skala tersebut uang diukur sebagai symbol prestasi dan kesuksesan, dengan enam faktor utama yang menunjukkan betapa pentingnya uang bagi seseorang, faktor tersebut adalah sikap baik dalam pengelolaan keuangan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Agustin (2023) *love of money* atau kecintaan seseorang terhadap uang memengaruhi perilaku setiap orang, yang adapat menghasilkan perilaku yang positif atau negatif. Ini juga dapat berarti bahwa setiap orang yang terlalu terobsesi dengan uang akhirnya akan menjadi serakah. Namun demikian, jika kecintaan seseorang terhadap uang tampak positif, itu dapat membantu mereka mengendalikan uang mereka dengan baik. Hal ini sejalan dengan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Delmi Yetti et al., (2022) siapapun yang memiliki “kecintaan akan uang” atau kecintaan yang besar terhadap uang mempunyai pengaruh terhadap segala hal yang mereka lakukan sehubungan dengan uang. Kebutuhan akan uang sangatlah penting bagi keberadaan manusia, karena segala keinginan dan kebutuhan yang kita miliki saat ini, diperoleh dengan uang. Tidak diragukan lagi, setiap orang memiliki

perasaan subjektif tentang cinta atau kepedulian terhadap uang. Pada umumnya, setiap orang memiliki tingkat kecintaan terhadap uang yang berbeda. Ini juga akan berdampak pada pandangan setiap orang melihat uang.

Orang yang sangat mencintai uang akan lebih termotivasi untuk melakukan apa pun yang diperlukan untuk mendapatkan uang. Ini disebabkan oleh fakta bahwa kecintaan terhadap uang dianggap sebagai hal yang penting, dan semakin besar kecintaan ini semakin berhati-hati mereka menangani dan menggunakan uang mereka. Orang yang kurang mencintai uang cenderung lebih boros.

Seseorang tidak terlalu menyukai uang karena mereka tidak cukup pengetahuan tentang keuangan, yang pada akhirnya membuat sulit bagi mereka untuk mengendalikan berapa banyak uang yang mereka keluarkan. Penggemar K-pop sering menjadi konsumtif. Ini karena kesukaan mereka terhadap K-pop memengaruhi cara mereka berpikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari mereka. Seorang penggemar yang tidak memiliki barang-barang idolanya tidak akan dianggap benar-benar penggemar. Jadi, mau tidak mau, mereka harus mengeluarkan lebih banyak uang untuk kegemarannya tersebut. Semakin banyak koleksi K-pop yang mereka miliki, semakin diakui pula keberadaan mereka sebagai penggemar (Wulandari 2018). Karena

K-pop hadir di era yang serba canggih, penggemar K-pop cenderung mempunyai sifat konsumtif. Penggemar K-pop yang memiliki kemampuan finansial lebih tinggi dapat lebih mudah membeli *merchandise*, album, dan tiket konser dibandingkan dengan tingkat finansial yang rendah. Hal ini menyebabkan ketidaksamaan, yang kemudian dapat mendorong penggemar dengan sumber daya keuangan rendah untuk menjadi lebih konsumtif agar mereka dapat menunjukkan dukungan dan kesetiaan mereka pada idola mereka meskipun mereka harus mengorbankan uang mereka sendiri. Kecenderungan membelanjakan uang berlebihan untuk hal-hal yang tidak terlalu dibutuhkan guna mendapatkan apa yang dianggap mewah dikenal sebagai gaya hidup konsumtif (Nisa and Haryono 2022).

#### 1.3.3.2 Indikator Pengukuran *Love of Money*

Menurut Tang and Chiu (2003) menjelaskan bagaimana *Love of Money Scale* (LOMS) digunakan untuk mengukur tingkat kecintaan pada uang terdiri dari empat komponen utama. Faktor-faktor ini adalah sebagai berikut:

##### 1. *Important*

Mengingat betapa pentingnya uang dalam kehidupan seseorang.

##### 2. *Success*

Kehadiran uang dianggap sebagai tanda keberhasilan dan mendorong seseorang untuk mendapatkannya.

### 3. *Motivator*

Perilaku dimotivasi oleh uang. Uang dianggap sebagai kekuatan pendorong dalam kehidupan dan kekuatan pendorong yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuannya.

### 4. *Richness*

Persepsi seseorang bahwa mereka akan makmur jika mereka memiliki banyak uang.

#### 1.3.3.3 *Love of Money* dalam Islam

Salah satu hal yang mungkin dianggap penting bagi kehidupan manusia adalah uang, sebagian besar dari apa yang dinikmati manusia saat ini adalah hasil dari proses transaksi manusia yang mencakup penggunaan uang. Oleh karena itu, seperti yang dinyatakan dalam ayat Al-Qur'an berikut, Islam menjadi pedoman bagi orang-orang yang beragama Islam untuk memperlakukan dan membelanjakan uang dengan sebaik-baiknya.

#### **Q.S Al Hujurat: 15**

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ ءَامَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ؕ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ  
اللَّهِ ؕ أُولَٰئِكَ هُمُ الصَّٰدِقُونَ ۝

**Artinya:** “*Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar*”. (Departemen Agama RI, 2007)

Hanya mereka yang percaya pada Allah dan Rasul-Nya dan tidak ragu-ragu dalam iman mereka. Bahkan tegas dalam pendapatnya yaitu membenarkannya secara penuh dan mereka berjihad pada jalan Allah dengan jiwa dan harta mereka. Mereka adalah orang-orang yang benar karena mereka tunduk kepada Allah dan mencari ridha-Nya dengan mengorbankan diri mereka sendiri dan harta benda yang mereka sayangi.

Dalam tafsir Al-Mishbah, dijelaskan bahwa pada ayat diatas adalah orang-orang yang benar-benar mukmin dalam ayat diatas hanyalah mereka yang beriman kepada Allah, percaya semua sifat-Nya, dan menyaksikan bahwa Rasul-Nya benar dalam apa yang dia katakan. Kemudian, meskipun mereka mengalami kesulitan, keraguan tidak menyentuh hati mereka. Mereka juga berjihad, berjuang untuk

kebenaran dengan mengorbankan jiwa dan harta mereka pada jalan Allah, menunjukkan bahwa mereka benar dalam ucapan dan tindakan mereka (Shihab, 2002, hlm.267).

### **Q.S Al Munafiqun: 9**

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُلْهِكُمْ أَمْوَالُكُمْ وَلَا أَوْلَادُكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ ؕ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْخٰسِرُونَ

*Artinya:* “Hai orang-orang beriman, janganlah hartamu dan anak-anakmu melalaikan kamu dari mengingat Allah. Barangsiapa yang berbuat demikian maka mereka itulah orang-orang yang merugi”.  
(Departemen Agama RI, 2007)

Dalam ayat ini, Allah memerintahkan hamba-hamba-Nya yang beriman untuk banyak mengingat-Nya, dan melarang mereka khawatir terhadap harta benda dan anak-anaknya sehingga lupa mengingat-Nya. Allah SWT juga berpesan kepada mereka bahwa barang siapa yang terasing dari kesenangan duniawi dan perhiasannya sehingga lupa ketaatan kepada-Nya yang menjadi tujuan akhir penciptaannya, maka ia termasuk orang-orang yang merugi.

Dalam tafsir Al-Mishbah mengingatkan agar orang yang beriman tidak terlalu terpaku pada harta dan anak-anak, sehingga

melupakan kewajiban kepada Allah dan menderita di hari kiamat (Shihab, 2002).

### ***1.3.4 Self Control***

#### ***1.3.4.1 Pengertian Self Control***

*Self control* menurut Goldfried (1971) adalah kemampuan merencanakan, mengarahkan, membimbing, dan mengatur perilaku positif. Pengekangan penting untuk mengatasi kecanduan dan mendukung kesejahteraan jiwa manusia dalam mencapai tujuan hidup yang bahagia dan sehat. Ketika seseorang memiliki kontrol diri, mereka dapat dengan mudah mengontrol, mengarahkan, dan mengatur perilaku mereka, yang pada gilirannya menghasilkan hasil yang positif (Lazarus 1976). Proses pengontrolan diri menjelaskan bagaimana seseorang mengontrol dan mengendalikan perilaku dalam menjalani kehidupan. Seberapa baik seseorang dapat mengontrol perilakunya menentukan kemampuan mereka untuk mengendalikannya Harter (1981) (dalam Diba 2013). Menurut Golman (1999) pengendalian diri adalah kemampuan mengelola emosi dengan cara yang berguna untuk pelaksanaan tugas, kepekaan terhadap hati nurani, kemampuan mengutamakan kesenangan sebelum mencapai tujuan, dan kemampuan pulih dengan cepat dari stres emosional. Kontrol adalah

menyalurkan energi emosional ke outlet yang konstruktif dan dapat diterima secara sosial. Untuk menentukan apakah pengendalian diri dapat diterima secara sosial, ada dua hal yang harus dipertimbangkan. Seseorang dapat diterima jika mereka dapat mengontrol emosi mereka dengan baik. Namun karena aspek lain juga harus diperhatikan, terutama dampak pengelolaan emosi terhadap kondisi fisik dan psikologis seseorang, respon yang baik saja tidak cukup.

Pengendalian diri membantu dalam pengambilan keputusan dan tekad yang kuat, menjadikannya orang yang berharga, berpengaruh, atau sukses secara finansial. Di sisi lain, kurangnya pengendalian diri dapat menyebabkan perilaku sulit diatur dan kurangnya rasa percaya diri (Younas et al 2019). Pengendalian diri merupakan kemampuan individu untuk menghentikan atau mengendalikan perilaku impulsif yang menghasilkan efek menguntungkan dan hasil yang lebih baik. Dengan kata lain, kontrol diri membantu seseorang untuk tidak melibatkan diri dalam perilaku impulsif dan memberikan kesempatan untuk mempertimbangkan akibat dari keputusan yang akan dibuat.

Menurut Skinner (dalam Hirt, 2016) kontrol diri berfokus pada perubahan perilaku untuk dapat mengontrol atau mengendalikan tindakan dan lingkungan kita untuk menghindari keinginan kita. Penguatan diri, penghindaran, kebosanan, dan menolak rangsangan adalah beberapa cara untuk menghentikan perilaku ini. Keputusan

yang dibuat oleh individu saat berpikir tentang perilaku terstruktur dengan tujuan untuk meningkatkan nilai penggunaan tertentu sebagai hasilnya dikenal sebagai kontrol diri. Pengendalian diri yang baik dapat mencegah perilaku konsumtif karena dapat mengatur perilaku dan keputusan kognitif. Sebagai contoh, seseorang yang mampu mengendalikan diri dan membuat keputusan yang cerdas ketika menghadapi berbagai pilihan yang menguntungkan.

#### 1.3.4.2 Faktor-Faktor *Self Control*

Kehidupan remaja sangat bergantung pada seberapa baik mereka mengendalikan diri, tingkat pengendalian diri dapat berbeda-beda, dan banyak hal yang dapat berdampak pada perkembangan mereka. Tindakan dan kontrol diri sebagai mediator psikologis. Seseorang yang memiliki kemampuan untuk mengendalikan tindakannya. Sebaliknya, orang dengan pengendalian diri yang rendah mengalami kesulitan mengendalikan tindakan dan perilakunya serta tidak mampu mengatasi godaan dan dorongan hati. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengendalian diri menurut (Ghufron 2010) sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Usia ikut andil dalam pengendalian diri. Ketika orang tua menegakkan disiplin, merespons kegagalan anak, berkomunikasi, dan mengungkapkan kemarahan (melalui emosi dan kemampuan mengendalikan diri), anak mulai belajar mengendalikan diri. Anak-anak belajar merespon kekecewaan, ketidaksukaan, dan kegagalan dengan bertambahnya usia, bersama dengan komunitas yang mempengaruhinya, dan bagaimana mengendalikannya. Seiring waktu, kendali ini akhirnya akan muncul dari dalam diri mereka sendiri.

## 2. Faktor Eksternal

Dua faktor eksternal ini adalah lingkungan dan keluarga. Faktor-faktor ini termasuk dalam pengaruh eksternal terhadap pengendalian diri. Orang tua yang mengevaluasi tingkat kontrol mereka sendiri. Disiplin merupakan salah satu cara yang digunakan orang tua karena memungkinkan mereka menilai karakter yang baik dan mengatur perilaku seseorang. Disiplin juga membantu orang mempelajari pengendalian diri dan pengarahan diri, yang memungkinkan seseorang mengambil tanggung jawab atas semua aktivitasnya.

#### 2.3.4.3 Jenis-Jenis *Self Control*

Sebagaimana dijelaskan oleh Block dan Block (dalam Ghufron 2010), tentang berbagai jenis pengendalian diri meliputi:

##### 1. *Over Control*

Secara khusus, pengendalian diri yang kuat atau pengendalian diri yang berlebihan mendorong orang pada perilaku menghindar.

##### 2. *Under Control*

Kecenderungan seseorang untuk bertindak secara impulsif dan tanpa pertimbangan.

##### 3. *Appropriate Control*

Upaya seseorang yang dapat mengendalikan keinginan mereka dengan baik.

Berdasarkan contoh pengendalian diri diatas, kita dapat menyimpulkan bahwa setiap orang mempunyai jenis pengendalian diri yang berbeda-beda. Beberapa orang selalu melakukan banyak tugas, beberapa orang bertindak tanpa memikirkan apa yang mereka lakukan, dan beberapa orang sangat disiplin.

#### 2.3.4.4 Aspek-Aspek *Self Control*

Terdapat 3 aspek *Self Control* menurut Averill (1973) diantaranya sebagai berikut:

##### 1. Kontrol Perilaku

Kemampuan mengendalikan perilaku berbeda-beda pada setiap orang. Namun, meskipun memiliki pengendalian diri yang tinggi, tidak mampu mengendalikan perilaku dalam situasi tertentu dapat memicu perilaku menyimpang. Kontrol perilaku dibagi menjadi 2 bagian yaitu:

###### a. Kemampuan Mengatur Pelaksanaan

Kapasitas orang untuk memastikan siapa yang bertanggung jawab atas situasi atau skenario dikenal sebagai kapasitas untuk mengontrol implementasi. Orang tersebut akan berusaha sekuat tenaga untuk mengikuti norma perilakunya sendiri, tetapi jika itu tidak mungkin, dia akan mencari bantuan orang lain.

###### b. Kemampuan Mengatur Stimulus

Kapasitas untuk mengubah stimulus yang tidak diinginkan memungkinkan seseorang untuk menghindarinya. Anda dapat menggunakan

berbagai cara, seperti menghhindari atau memblokir rangsangan, membuat jeda diantara rangsangan, menghentikan rangsangan sebelum waktu yang ditentukan berlalu, dan mengurangi intensitasnya.

## 2. Kontrol Kognitif

Kapasitas seseorang untuk menafsirkan, mengevaluasi, atau menghubungkan peristiwa dalam kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis.

### a. Memperoleh informasi

Seseorang lebih mampu mempersiapkan diri dan mempertimbangkan banyak faktor ketika mereka tahu tentang pengalaman yang tidak menyenangkan.

### b. Melakukan Penilaian

Seseorang yang melakukan penilaian berusaha untuk mengevaluasi dan menganalisis situasi atau kejadian sambil berfokus pada fitur yang menguntungkan.

## 3. Kontrol Keputusan

Pengendalian keputusan adalah kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau tujuan yang diinginkan. Ketika seseorang memiliki kebebasan dan kesempatan untuk

mempertimbangkan berbagai pilihan, maka dapat membuat keputusan yang baik.

#### 2.3.4.5 *Self Control* dalam Islam

Kontrol diri berarti mengontrol nafsu, emosi, dan hal lain yang dapat berdampak buruk. Kontrol diri bukanlah hal yang mudah, ditambah lagi bahwa manusia cenderung tertarik pada hal-hal yang negatif, mendapatkan kontrol diri adalah tugas yang sulit. Hal ini tercantum pada ayat Al-Qur'an berikut ini:

#### **Q.S Al Naziat: 40**

وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَهَيَّ النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ

*Artinya:* “Dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari keinginan hawa nafusnya”. (Departemen Agama RI, 2007).

Memiliki kemampuan untuk mengontrol nafsu dan kecenderungan biologis sangat dianjurkan bagi setiap muslim. Seseorang yang cepat terjerat oleh egoism jika dia senang menurut keinginan nafsunya. Oleh karena itu takut pada kebesaran-Nya menjadi benteng agar tidak terjebak dalam hal-hal yang buruk. Mereka takut karena mereka tahu bahwa Allah SWT akan menyidang mereka. Sebagian ahli tafsir salaf mengatakan bahwa ayat ini mengacu pada

seseorang yang ingin melakukan sesuatu yang buruk, tetapi kemudian mengingat Allah SWT dan berhenti melakukannya. Ketika mereka sendirian dan tidak ada yang melihat mereka, mereka mudah melakukan kemaksiatan. Namun, ketika mereka mengingat Allah SWT, mereka menghentikan niatnya.

Dalam tafsir Al-Mishbah, dikatakan bahwa surge yang menyenangkan adalah tempat bagi mereka yang takut akan kebesaran dan keagungan Tuhannya dan menahan diri dari nafsu (Shihab, 2002). Dalam Islam, terdapat banyak ajaran dan nasehat mengenai pengendalian diri dan pengelolaan keuangan. Salah satu prinsip utama adalah konsep zuhud, yaitu sikap tidak terlalu melekat pada kekayaan dunia dan bersikap sederhana dalam gaya hidup. Berikut hadist tentang pengendalian nafsu dan keinginan yang berlebihan:

Rasulullah bersabda, *“Seandainya seorang manusia memiliki dua lembah (yang berisi) harta (emas) maka dia pasti (berambisi) mencari lembah harta yang ketiga”* (H.R Bukhari dan Muslim)

Rasulullah bersabda, *“Bukanlah kekayaan itu dengan banyaknya harta benda, tetapi kekayaan (yang hakiki) adalah kekayaan (dalam) jiwa”* (HR. Bukhari dan Muslim). Kekayaan yang hakiki adalah kekayaan dalam hati/jiwa.

## 2.3.5 Literasi Keuangan

### 1.3.5.1 Pengertian Literasi Keuangan

Menurut *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD 2012) “*The ability to make wise decisions in a variety of financial well-being of individuals and society, and permit involment in economic life all require knowledge and understanding of financial concepts and risks, as well as the skills, motivation, and confidence to apply such knowledge and understanding*”. Literasi keuangan adalah tingkat pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang hal-hal tentang keuangan, seperti keterampilan keuangan, risiko, motivasi, dan bagaimana mereka dapat menggunakannya saat membuat keputusan keuangan (Atkinson, 2012). Sejalan dengan definisi literasi keuangan menurut Remund (2010), “*The five components of financial literacy are as follows: understanding the fundamentals of finance, communication skills, personal financial planning, preparing for financial decisions, and methodical yusunan of funds*”. Literasi keuangan terdiri dari 5 komponen yaitu, kemampuan untuk berkomunikasi tentang konsep keuangan, kemampuan untuk merencanakan keuangan secara individual, kemampuan untuk membuat keputusan keuangan, dan kemampuan untuk menyusun keuangan secara sistematis.

Fokus masalah keuangan adalah kemampuan seseorang untuk membuat keputusan keuangan, membuat rencana masa depan, dan mengatasi masalah hidup. Kehidupan sehari-hari, termasuk peristiwa ekonomi. Seseorang dianggap melek finansial jika mereka dapat memahami dan menggunakan sumber daya secara efektif. Untuk mendorong pertumbuhan kemajuan ekonomi negara dan meningkatkan kualitas layanan keuangan, orang harus memiliki pemahaman keuangan yang baik dan benar. Secara keseluruhan, literasi keuangan bukan hanya menjadi keahlian yang penting untuk mengelola uang, tetapi juga merupakan alat yang kuat untuk meningkatkan kesejahteraan finansial dan memberdayakan individu dalam menghadapi tantangan keuangan.

#### 1.3.5.2 Tingkat Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia dikategorikan menjadi 4 diantaranya:

##### *1. Well Literate*

Adalah mereka yang berada di tingkat teratas dalam pengetahuan keuangan memiliki pengetahuan yang baik. Seperti namanya, istilah ini dapat digunakan untuk menggambarkan sekelompok orang yang memiliki

pengetahuan dan keterampilan tentang organisasi hingga produk dan jasa keuangan, termasuk manfaat, risiko, dan fitur yang dapat diperoleh. Misalnya, generasi milenial telah membeli investasi, asuransi, atau produk keuangan lainnya dan tahu apa yang mereka beli agar sesuai dengan kebutuhan mereka.

### 2. *Sufficient Literate*

Orang-orang di tingkat ini biasanya sudah tahu banyak tentang lembaga, termasuk keuntungan, risiko, dan fiturnya, tetapi mereka belum tahu bagaimana menggunakan atau membeli produk dan jasa keuangan. Beberapa contoh kelompok yang memiliki literasi keuangan yang cukup tinggi adalah calon konsumen asuransi, calon investor, atau pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang sudah mengetahui informasi dasar tentang barang dan jasa yang ingin mereka beli tetapi masih belum yakin cara mendapatkan, mengelola, dan menggunakannya.

### 3. *Less Literate*

Dalam tingkatan ini merupakan mereka yang baru belajar sebatas tahu tentang lembaga, produk dan jasa keuangan dan tidak tahu apa manfaat, risiko, atau fitur dari produk atau jasa keuangan yang ada. Orang-orang dengan

tingkat literasi rendah mungkin hanya tahu informasi dasar yang umum bagi pemula, seperti yang diajarkan di sekolah atau kampus.

#### 4. *Not Literate*

Terakhir, tingkatan ini disebut sebagai kelompok yang tidak memiliki literasi, atau mereka yang tidak memiliki literasi sama sekali. Tidak ada pengetahuan umum atau informasi tentang organisasi, produk, atau jasa keuangan, atau keterampilan untuk menggunakannya. Salah satu contoh tingkatan *not literate* adalah kelompok yang tinggal di daerah terpencil atau tidak menerima pendidikan yang cukup.

#### 1.3.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi

Literasi keuangan diklasifikasikan menjadi beberapa aspek diantaranya sebagai berikut (Chen&Volpe 2016):

##### 1. *General Knowledge of Financial Literacy*

Informasi umum tentang literasi keuangan mengacu pada pemahaman individu terhadap berbagai konsep dan prinsip keuangan, termasuk namun tidak terbatas pada asuransi, investasi, keputusan keuangan pribadi, tabungan, peminjaman, dan pengelolaan keuangan secara umum. Ini

mencakup kemampuan untuk memperoleh pemahaman dan menerapkan informasi keuangan untuk mengambil keputusan tentang uang, investasi, dan perencanaan keuangan. Pengetahuan ini sangat penting bagi individu mengatasi masalah yang berkaitan dengan keuangan, membuat keputusan keuangan, dan membuat keputusan keuangan yang baik dan selaras dengan tujuan jangka panjang. Tingkat pengetahuan umum tentang literasi keuangan dapat berdampak signifikan terhadap kesejahteraan financial dan kemampuan seseorang untuk mencapai keamanan financial.

## 2. *Savings and Borrowing*

Membahas topik-topik seperti *creditworthiness* (kelayakan kredit), *consumer credit report sources* (sumber laporan kredit konsumen), *deposit insurance* (asuransi simpanan), *checking account overdrafts* (cek rekening giro), *compound interest* (bunga majemuk), *certificate of deposit terms* (sertifikat persyaratan simpanan) dan *loan co-sign consequences* (konsekuensi penandatanganan bersama pinjaman).

## 3. *Insurance*

Jaminan atau penggantian oleh perusahaan asuransi kepada orang yang bertanggung jawab untuk mengganti

kerugian atas risiko kerugian yang ditentukan dalam kontrak apabila terjadi peristiwa yang mengakibatkan kebakaran, pencurian, kerusakan, atau kematian.

#### 4. *Investments*

Metode distribusi pendapatan saat ini mungkin memberikan keuntungan yang melebihi dana investasi yang disediakan pada saat itu. Untuk menjadi lebih baik dalam mengelola aktivitasnya, seseorang harus memahami keuangan. Orang-orang yang memahami cara menggunakan uang mereka tidak hanya akan dapat menggunakan uang mereka dengan lebih baik, tetapi mereka juga dapat menambah nilai keuangan pada hidup mereka. Mereka juga akan menjadi lebih cerdas secara financial dan berperilaku lebih bijak secara keuangan.

#### 1.3.5.4 Literasi Keuangan dalam Islam

Literasi keuangan dalam Islam merujuk pada pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi dan keuangan Islam dalam pengelolaan keuangan pribadi dan bisnis. Islam memiliki pandangan unik terkait dengan ekonomi dan keuangan yang mencakup prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan etika bisnis. Seperti, prinsip pada pengelolaan hutang, investasi yang halal,

akad-akad keuangan Islam, etika bisnis (transparansi, kejujuran, dan keadilan) dalam berbisnis, pendidikan keuangan bagi keluarga (manajemen keuangan sehari-hari: tabungan dan pengeluaran).

Al-Qur'an berfungsi sebagai pedoman utama dalam kehidupan sehari-hari dan sangat penting untuk mengatur dan mengelola keuangan serta berbagai ilmu pengetahuan lainnya. Oleh karena itu agar seseorang memiliki lebih banyak pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan sehingga mereka juga perlu memiliki pengetahuan keuangan yang baik agar mereka dapat mengelola keuangan dengan baik. Dalam hal ini kemudian sampai pada kesimpulan bahwa literasi keuangan terutama berkaitan dengan mengelola keuangan dan harta secara efektif, tentu saja setelah menerima atau memiliki harta tersebut. Oleh karena itu, inti dari literasi keuangan adalah tentang pengelolaan atau manajemen.

### **Q.S Al Alaq: 1**

أَفْرَأُ بِأَسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

*Artinya: “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang Menciptakan”.*

Quraisy Shihab menyatakan bahwa perintah pertama kata “*iqra*” dimaksudkan untuk mengajarkan sesuatu yang belum diketahui. Membaca adalah bagian penting dari ilmu pengetahuan. Karena itu, membaca dan menulis adalah cara yang mudah untuk meningkatkan pengetahuan seseorang. Didasarkan pada isyarat Al-Qur’an tersebut, dapat disimpulkan bahwa Al-Qur’an menjanjikan kehidupan yang baik bagi umat manusia jika mereka dapat, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Jika mereka tidak melakukannya, maka mereka akan kehancuran dan kemunduran (Shihab, 2007). Ayat diatas mengajarkan pentingnya mengingat Tuhan dalam setiap aktivitas, termasuk pemahaman dan pengelolaan keuangan. Selain itu, juga menekankan pentingnya membaca. Membaca bukan hanya terbatas pada bacaan spiritual tetapi juga mencakup pendidikan dan pengetahuan, termasuk literasi keuangan. Pemahaman tentang konsep keuangan adalah langkah awal untuk mengelola keuangan yang baik.

### **Q.S Al Isra’: 30**

إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ وَيَقْدِرُ ۗ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا

**Artinya:** “*Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezeki kepada siapa yang Dia kehendaki dan menyempitkannya; sesungguhnya Dia Maha Mengetahui lagi Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya*”. (Departemen Agama RI, 2007).

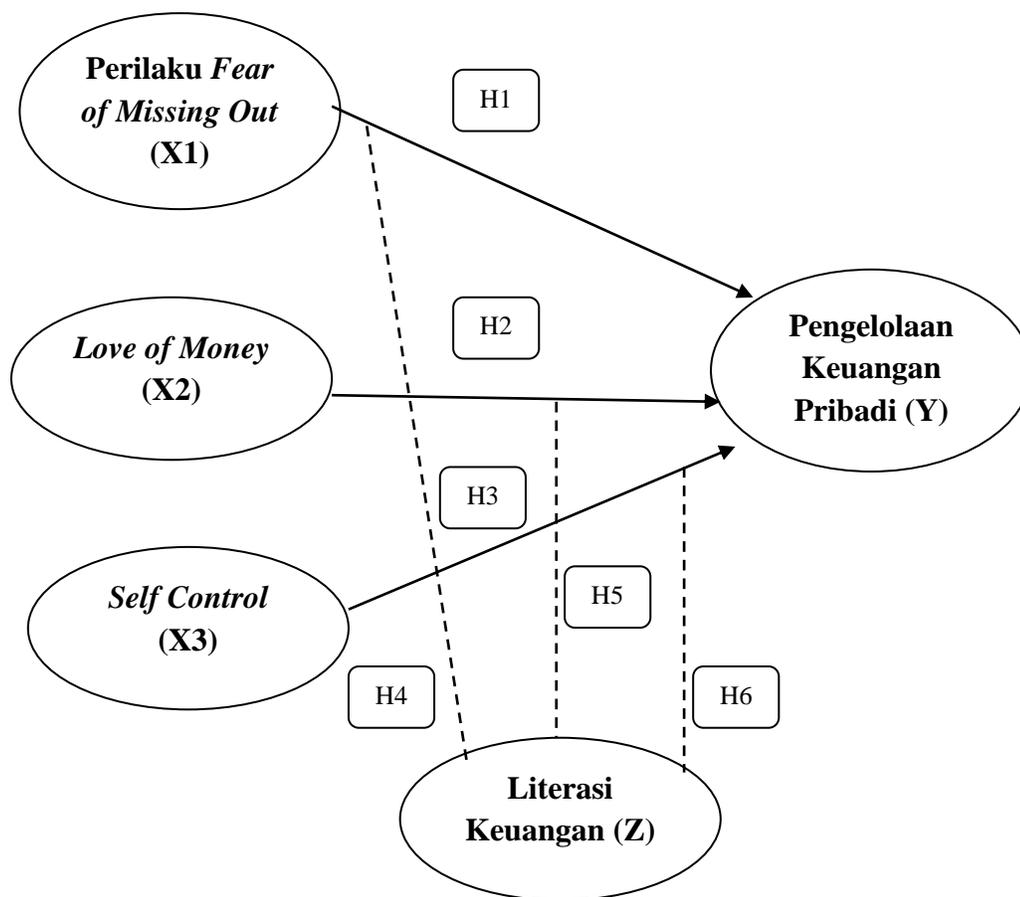
Ayat diatas memerintahkan kita untuk tidak pelit dalam menginfakkan harta untuk kebaikan. Selain itu, ayat ini melarang kita untuk terlalu boros, yang akan menyebabkan harta cepat habis. Menurut tafsir kemenag, ketentuan yang telah ditetapkan Allah terhadap para hamba-Nya tentang cara mencari dan memperoleh rezeki berlaku untuk semua, dan Dia juga yang membatasi rezeki kepada siapa yang Dia inginkan. Ini terkait dengan pengetahuan dan alat yang diperlukan untuk mengolah harta. Yang demikian adalah ketentuan umum yang berlaku bagi semua hamba-Nya. Namun, hanya Allah yang memutuskan sesuai keinginan-Nya.

Di akhir ayat ini, Allah SWT menyatakan bahwa Dia Maha Mengetahui hamba-Nya, siapa yang menggunakan kekayaan untuk kebaikan dan siapa yang menggunakannya untuk keburukan. Selain itu, Dia mengetahui siapa diantara hamba-Nya yang hidup dalam kemiskinan dan tetap bersabar dan tawakal kepada Allah, dan siapa yang putus asa dan kehilangan rahmat Allah karena kemiskinan. Apakah mereka membelanjakan harta yang diberikan Allah dengan boros atau bakhil, Allah Maha Melihat bagaimana mereka mengelola dan menjaga harta itu. Oleh karena itu, kita harus tetap berpegang teguh pada aturan Allah, melakukan apa yang Dia larang. Kita juga

harus menggunakan uang kita dengan cara yang rasional. Itu adalah salah satu dari sunnah Allah.

#### **1.4 Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual menggambarkan bagaimana teori berhubungan dengan elemen-elemen yang membentuk dasar penelitian. Dengan menggunakan Literasi Keuangan (Z) sebagai variabel moderasi, penulis mencoba menunjukkan bagaimana *Fear of Missing Out* (FoMO), *Love of Money* dan *Self Control* (X) mempengaruhi perencanaan keuangan pribadi (Y). Akibatnya, hipotesis penelitian dapat dibuat dengan menggunakan metode yang diberikan. Berdasarkan kajian teoritis yang telah dipaparkan, berikut adalah gambar model kerangka dasar untuk memudahkan penjelasan tujuan penelitian ini:



**Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual**

Keterangan:

H1 : Perilaku FoMO Berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi  
(Novitasari et al. 2021)

H2 : *Love of Money* berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi  
(Prasetyo and Lestari 2022) & (Agustin et al. 2023)

H3 : *Self Control* berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Komarudin et al. 2020) & (Rosa and Listiadi 2020)

H4 : Literasi Keuangan mampu memoderasi hubungan antara perilaku FoMO terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Novitasari et al. 2021) & (Asandimitra 2021)

H5 : Literasi Keuangan mampu memoderasi hubungan antara *Love of Money* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Ulumudiniati and Asandimitra 2022)

H6 : Literasi Keuangan mampu memoderasi hubungan antara *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Komarudin et al. 2020) & (Mustikasari and Septina 2023)

## **1.5 Hipotesis**

Berikut ini adalah hipotesis yang dapat disusun berdasarkan kerangka berpikir yang telah dibuat oleh peneliti:

### **1.5.1 Pengaruh Perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar Kpop (Army) Kota Malang.**

*Fear of Missing Out* atau takut ketinggalan didefinisikan sebagai sindrom kecemasan sosial yang ditandai dengan keinginan seseorang untuk terus terhubung dengan yang dilakukan oleh orang lain (Przybylski

et al., 2013). Perilaku FoMO adalah kecenderungan seseorang untuk cemas dan penasaran tentang apa yang terjadi di lingkungan dekatnya sepanjang waktu, terutama pada trend dan konten media sosial populer. FoMO mungkin mempengaruhi pilihan gaya hidup, karena keduanya mempunyai hubungan yang erat. Karena dapat mendorong orang untuk membeli atau terlibat dalam kegiatan sosial yang jelas melampaui kemampuan mereka, FoMO memiliki potensi untuk memiliki efek negatif pada keputusan keuangan seseorang. Hasil penelitian Novitasari et al., (2021) menunjukkan bahwa gaya hidup memengaruhi cara kita mengelola keuangan. Sejalan dengan Ulumudiniati and Asandimitra (2022), Arifin (2022) gaya hidup memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan. Penelitian Ary Busman (2022) menyatakan keuangan pribadi dipengaruhi oleh gaya hidup hedonism.

H1: Terdapat pengaruh positif antara perilaku FoMo terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi.

### **1.5.2 Pengaruh *Love of Money* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar K-pop (Army) Kota Malang.**

Menurut Tang and Chiu (2003), cinta pada uang adalah pemahaman dan persepsi seseorang tentang uang, tujuan dan keinginan mereka untuk uang. *Love of Money* dapat mempengaruhi cara seseorang berperilaku

dalam hal pengelolaan keuangan mereka berhasil. Sikap baik dalam pengelolaan keuangan adalah bukti utama betapa pentingnya uang bagi seseorang (Tang, 1990). Orang yang cenderung memuja uang dan memiliki status ekonomi tinggi cenderung kesulitan mengatur pengeluaran dan menabung untuk jangka panjang. Ada kemungkinan bahwa cinta pada uang berdampak positif dan signifikan pada cara mengelola keuangan, didukung dengan hasil penelitian oleh Prasetyo and Lestari (2022) yang menyatakan bahwa *love of money* berpengaruh terhadap manajemen keuangan pribadi. Penelitian Agustin et al (2023) *love of money* secara parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

H2: Terdapat pengaruh positif antara *Love of Money* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi.

### **1.5.3 Pengaruh *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar K-pop (Army) Kota Malang.**

Kemampuan seseorang untuk merencanakan, memimpin, dan mengatur jenis perilaku yang dapat berdampak positif dikenal sebagai *self control* atau kontrol diri (Goldfried, 1971). Hal ini berlaku juga ketika seseorang dapat mengontrol diri untuk perencanaan keuangan. Ketika seseorang memiliki kemampuan untuk mengontrol diri sendiri, mereka

akan memiliki kemampuan untuk mengendalikan diri mereka sendiri saat membuat keputusan tentang cara mereka membelanjakan uang mereka dan bertindak dengan cara yang bermanfaat dalam jangka panjang daripada memenuhi keinginan atau kebutuhan mereka dalam jangka pendek. Dengan memiliki tingkat *self-control* yang baik, mereka akan dapat menghindari tindakan konsumtif dan pembelajaan yang tidak bijak. Penelitian Komarudin et al., (2020) menunjukkan pengendalian diri berdampak positif dan signifikan pada cara seseorang mengelola keuangan. Penelitian Rosa and Listiadi (2020) kontrol diri secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Penelitian Ulumudiniati and Asandimitra (2022) *locus of control* berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Penelitian Mustikasari and Septina (2023) pengendalian diri berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

H3: Terdapat pengaruh positif antara *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi.

#### **1.5.4 Pengaruh Perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar K-pop (Army) Kota Malang dimoderasi oleh Literasi Keuangan.**

*Behavioral Finance* memeriksa cara dimana faktor-faktor psikologis mempengaruhi keputusan keuangan. FoMO dapat dianggap sebagai salah satu faktor yang berpotensi mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengambil keputusan keuangan impulsif (Thaler, 1999). Literasi keuangan merujuk pada tingkat pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang hal-hal tentang keuangan, seperti keterampilan keuangan, risiko, motivasi, dan bagaimana mereka dapat menggunakannya saat membuat keputusan keuangan (Atkinson and Messy 2012). Hubungan antara FoMO dengan gaya hidup dapat sangat erat karena FoMO dapat mempengaruhi keputusan-keputusan yang diambil dalam gaya hidup seseorang. Seseorang yang terjebak dalam perilaku FoMO adalah yang mengikuti trend atau gaya hidup tertentu, sehingga mungkin tergoda untuk menghabiskan uang untuk kegiatan atau pembelian yang tidak perlu. Hal ini dapat menyebabkan gaya hidup hedonis, yaitu ketika seseorang dipaksa untuk memenuhi keinginan mereka, bahkan jika itu berarti mengorbankan kebutuhan financial atau tujuan jangka panjang. Hal ini sejalan dengan penelitian Novitasari et al., (2021), Sampoerno and Haryono (2021), dan Ary Busman (2022) bahwa gaya hidup hedonis

berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan. Dari penelitian yang dilakukan oleh Simarmata (2021) dapat disimpulkan bahwa karyawan memberi prioritas pada gaya hidup mereka daripada merencanakan keuangan mereka. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel FoMO mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi secara tidak konsisten atau berubah-ubah. Menurut hubungan antara teori dan penelitian sebelumnya, literasi keuangan dapat membantu mengendalikan hubungan antara FoMO atau perasaan takut kehilangan sesuatu dan perilaku perencanaan keuangan pribadi.

H4: Literasi Keuangan mampu memoderasi hubungan antara Perilaku FoMO dengan Pengelolaan Keuangan Pribadi.

### **1.5.5 Pengaruh *Love of Money* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar K-pop (Army) Kota Malang dimoderasi oleh Literasi Keuangan.**

Cinta uang memiliki definisi yang berbeda. Tang et al., (2005) menyatakan bahwa cinta uang menggambarkan sikap pribadi seseorang terhadap uang. Teori *love of money* yang dikenalkan oleh Tang (1990) dengan skala *Money Ethic Scale* (MES), uang dianggap sebagai tanda kesuksesan dan prestasi, dan sikap baik dalam pengelolaan keuangan adalah indikator utama seberapa penting uang bagi seseorang. Orang-

orang yang memiliki skor tinggi dalam hal kecintaan terhadap uang cenderung ingin menjadi lebih kaya, berhati-hati dalam mengelola keuangan, dan memiliki sikap yang baik terhadap uang mereka. Dalam hal ini, kecintaan seseorang terhadap uang, atau kecenderungannya untuk memuja uang, kekayaan, dan status ekonomi yang tinggi, dapat mempengaruhi perencanaan keuangan pribadi seseorang. Cinta uang membuat orang kurang cerdas dalam mengelola keuangan mereka dan menyebabkan masalah, mengakibatkan perencanaan keuangan pribadi yang buruk. Semakin besar cinta uang, semakin kuat pengaruh keterampilan keuangan pada perencanaan keuangan pribadi mereka. Penelitian Aini and Rahayu (2022) *love of money* tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi, dan Fadila et al., (2023) yang menyatakan bahwa *love of money* tidak berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Sedangkan penelitian Ulumudiniati and Asandimitra (2022) menyatakan adanya pengaruh *love of money* terhadap pengelolaan keuangan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor cinta uang memiliki dampak yang berbeda dan berubah-ubah terhadap cara seseorang merencanakan keuangan mereka. Menurut hubungan antara teori dan penelitiannya sebelumnya, pengetahuan tentang keuangan dianggap memiliki dampak yang lebih kecil terhadap bagaimana seseorang merencanakan keuangan mereka sendiri.

H5: Literasi Keuangan mampu memoderasi hubungan antara *Love of Money* dengan Pengelolaan Keuangan Pribadi.

#### **1.5.6 Pengaruh *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Penggemar K-pop (Army) Kota Malang dimoderasi oleh Literasi Keuangan.**

Self control memungkinkan seseorang untuk mengontrol perilakunya dengan kuat dan menghasilkan hasil yang baik (Goldfried, 1971). Menurut Otto, Davies, and Chater (2007) dalam hal keuangan, *self control* adalah tindakan yang membantu orang menghemat uang dan menghindari membeli sesuatu dengan tujuan kepuasan semata. Pengendalian diri adalah upaya untuk mencapai tujuan jangka panjang dengan menghindari tujuan jangka pendek (Karlsson, 1998). Dalam kasus ini, individu yang memiliki kendali diri yang kuat umumnya lebih baik dalam mengelola uang mereka, yang membantu mereka mencapai tujuan keuangan jangka panjang dan stabilitas keuangan. Untuk menekankan hal ini, Baumeister (2002) menyatakan bahwa *self control* mengacu pada pengelolaan keuangan yang lebih baik karena seseorang memiliki kemampuan untuk mengendalikan pengeluarannya dengan melawan dorongan atau keinginan mereka untuk membelanjakan lebih banyak daripada yang mereka butuhkan. Oleh karena itu, *self control* adalah strategi pengelolaan keuangan yang digunakan oleh seseorang untuk menghindari

menghabiskan uang mereka dengan cara yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Peran keuangan sangat penting, baik untuk memperkuat atau melemahkan kemampuan seseorang dalam melakukan pengendalian diri dalam mengelola keuangannya (Nur et al. 2022). Seseorang dengan latar belakang yang kuat di bidang keuangan. Ketika datang untuk menangani uang mereka, biasanya menunjukkan kendali diri yang lebih besar. Mereka akan memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk memahami manajemen keuangan, yang mencakup manajemen utang, investasi, biaya, dan keuangan pribadi secara umum. Dengan merencanakan keuangan secara efektif, individu dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Penelitian Zuniarti and Rochmawati (2021) menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh positif terhadap manajemen keuangan dan pengaruh kontrol diri terhadap manajemen keuangan diperkuat oleh variabel literasi keuangan. Penelitian Komarudin et al., (2020) menyatakan bahwa pengendalian diri meningkatkan kebiasaan manajemen keuangan. Penelitian Mustikasari and Septina (2023) juga memberikan hasil yang sama yaitu pengendalian diri berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan. Penggabungan teori dan penelitian sebelumnya memperkuat hipotesis bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi tingkat pengendalian diri atau kontrol diri seseorang dalam membuat rencana keuangan.

H6: Literasi Keuangan mampu memoderasi hubungan antara *Self Control* dengan Pengelolaan Keuangan Pribadi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2016) metode penelitian yang didasarkan pada positivisme dapat disebut sebagai metode kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan alat penelitian, dan kemudian menganalisis data dengan perangkat lunak statistic untuk menggambarkan dan memverifikasi hipotesis yang telah dibuat. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang. Subjek pada penelitian ini adalah penggemar K-Pop (Army) yang merupakan penggemar K-pop boyband BTS yang tinggal di Kota Malang.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek atau obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menghasilkan kesimpulan. Pengikut akun Instagram @armymalang907 adalah subjek penelitian ini.

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi secara keseluruhan, dan jika populasi terlalu besar dan peneliti tidak memiliki dana, tenaga, atau waktu yang cukup untuk mempelajarinya secara menyeluruh, peneliti harus mengambil sampel tambahan untuk mewakili populasi secara keseluruhan. Hasil dari sampel ini harus benar-benar mencerminkan populasi secara keseluruhan. Memilih sebagian elemen populasi yang jumlahnya mencukupi secara statistik untuk diambil sampel dan mempelajari karakteristiknya untuk mengetahui keadaan populasi. *Sample size calculator* adalah metode perhitungan sampel yang digunakan. Sedangkan metode pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling* dengan non random sampling, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan menetapkan karakteristik khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi penelitian merupakan penggemar K-pop Army yang tergabung dalam pengikut Instagram @armymalang907 yaitu sebanyak 5.606 orang. Kriteria penggemar K-Pop Army yang termasuk ke dalam sampel adalah minimal pernah membeli produk-produk bertema K-pop. Jumlah sampel yang diperlukan dihitung berdasarkan aplikasi *sample size calculator* Raosoft.com dengan perhitungan 5% margin error, 95% *confidence level*, 5.606 *population*, dan 50% *response distribution*, sehingga sampel yang diperlukan untuk menyatakan penelitian ini valid sebanyak 367 penggemar K-Pop Army.

### 3.5 Data dan Jenis Data

Ada dunia jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, data primer dan data sekunder. Data yang dikumpulkan secara pribadi oleh peneliti untuk tujuan penelitian dikenal sebagai data primer. Data yang diperoleh secara tidak langsung, seperti dari orang lain atau dari dokumen, disebut data sekunder (Sugiyono, 2016).

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner atau angket, yang memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden, kuesioner adalah metode pengumpulan data yang paling sesuai. Teknik ini cocok digunakan karena peneliti menggunakan jumlah responden yang cukup besar dalam penelitian ini (Sugiyono 2016). Kuesioner digunakan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh Perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO), *Love of Money*, dan *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dengan Literasi Keuangan sebagai variabel mediasi.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Seseorang atau sekelompok orang dapat menggunakan skala *Likert* untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi mereka tentang fenomena

sosial (Sugiyono, 2016). Untuk menilai kuesioner yang telah dibagikan, skor berikut dapat digunakan:

**Tabel 3. 1 Kriteria untuk Menentukan Skor Kuesioner**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: (Sugiyono 2016)

### **3.7 Variabel Penelitian**

Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu, variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening. Berikut ini adalah penjelasan tentang masing-masing variabel (Sugiyono, 2016) :

#### **1. Variabel Independen**

Variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel dependen (terikat) berubah atau muncul adalah yang disebut variabel bebas.

#### **2. Variabel Dependen**

Karena adanya variabel bebas, variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat. Oleh karena itu, variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat.

### 3. Variabel Moderasi

Variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen, berfungsi untuk mengontrol bagaimana variabel independen dan variabel dependen berinteraksi.

## 3.8 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator Penelitian
1.	Perilaku <i>Fear of Missing Out</i> (X1)	Takut ketinggalan didefinisikan sebagai sindrom kecemasan sosial yang ditandai dengan keinginan seseorang atau sekelompok orang untuk terus terhubung dengan yang dilakukan oleh orang lain  (Przybylski, 2013)	<i>Comparison with friends</i>
			<i>Being left out</i>
			<i>Missed experiences</i>
			(Przybylski et al. 2013)
2.	<i>Love of Money</i> (X2)	Kesukaan seseorang terhadap uang akan memengaruhi semua perilaku mereka terhadap uang yang dapat berdampak positif atau negatif (Agustin et al.	<i>Important</i>
			<i>Succes</i>
			<i>Motivator</i>

		2023)	<i>Richness</i>
			(Tang and Chiu 2003)
3.	<i>Self Control (X3)</i>	Kontrol Diri adalah kemampuan seseorang untuk merencanakan, membimbing, dan mengatur jenis perilaku yang dapat berdampak ke arah yang lebih positif (Goldfried, 1971)	Mampu mengontrol emosi dan menahan diri dari tindakan impulsive
			Mampu memprioritaskan tujuan jangka panjang
			Mampu mempertimbangkan konsekuensi dari tindakan yang diambil
			Mampu mengendalikan kebiasaan buruk
			Mampu menentukan batasan dan memegang teguh prinsip
			(Tracy 2010)
4.	Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	Pengelolaan keuangan pribadi atau dikenal dengan perencanaan keuangan adalah proses pencapaian tujuan keuangan melalui perencanaan manajemen keuangan terpadu	Menghindari keputusan keuangan impulsive
			Rencana Keuangan Jangka Panjang

		(Susanto, et al 2022)	Rencana investasi yang konsisten
			Dana Darurat
			Pengelolaan Hutang
			(Housel 2020)
5.	Literasi Keuangan (Z)	Literasi keuangan adalah tingkat pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang keterampilan keuangan, risiko, motivasi, dan bagaimana mereka dapat menggunakannya saat membuat keputusan keuangan OECD (Organizatio for Economic Co-operation and Development (Atkinson and Messy, 2012)	Perencanaan
			<i>Financial Landscape</i>
			Uang dan Transaksi
			Risiko dan Keuntungan
			(OECD, 2012)

Sumber : Diolah peneliti 2024

### 3.9 Analisis Data

Analisis jalur atau path analisis adalah metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Rutherford mendefinisikan analisis jalur sebagai cara untuk melihat hubungan sebab akibat dalam regresi berganda jika variabel bebas mempengaruhi variabel tergantung secara tidak hanya langsung tetapi juga secara tidak langsung. Hubungan kausal yang mendasari

antar variabel, yang disusun dalam urutan, dipelajari dengan menggunakan teknik analisis. Koefisien jalur digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen eksogen terhadap variabel dependen endogen (Duryadi, 2021). Dengan menggunakan analisis jalur, hubungan antara variabel dan model dapat diuji secara langsung. Dengan waktu, analisis jalur berkembang menjadi *SEM (Structural Equation Modeling)*. Menurut , ada beberapa persyaratan untuk menggunakan analisis jalan :

- a. Data metrik menggunakan skala interval.
- b. Disesuaikan dengan model yang dipilih, minimal tiga variabel harus ada : variabel eksogen, variabel endogen, atau variabel mediasi/moderasi.
- c. Minimal jumlah sampel adalah 100.
- d. Pola hubungan antar variabel adalah satu arah, bukan bolak balik.
- e. Didasarkan pada teori yang sudah ada dan asumsi sebelumnya, hubungan antar variabel menunjukkan hubungan sebab akibat.
- f. Adanya pertimbangan dalam asumsi dasar dan prinsip mencakup semua hal yang telah dibahas.

Beberapa asumsi dan prinsip saat ini digunakan dalam analisis jalur adalah sebagai berikut :

- a. Ketika tidak ada efek-efek interaksi, hubungan antar variabel linier, adaptif.
- b. Distribusi variabel terikat harus berdistribusi normal untuk setiap nilai variabel bebas.

- c. Pengamatan tidak saling bergantung satu sama lain.
- d. Multikolinearitas rendah didefinisikan sebagai keadaan dimana dua atau lebih variabel bebas (penyebab) memiliki hubungan yang sangat kuat satu sama lain.
- e. Semua anak panah bergerak ke satu arah dan tidak kembali ke awal (*looping*), yang disebut rekursivitas.

Penelitian ini menggunakan model persamaan dua arah. Tahap pertama analisis jalur dilakukan dengan menggunakan model *Recursive*. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menentukan dimana penelitian mencari pengaruh antar variabel. Tujuan dari penilaian dua tahap model pengukuran ini adalah untuk menilai reliabilitas dan validitas model. Dalam PLS-SEM, model pengukuran eksternal dan model structural dinilai dalam dua tahap terpisah. Konsep dan model penelitian harus menjalani tahap pemurnian dalam model pengukuran sebelum dapat diperiksa dalam model prediksi relasional dan kausal.

#### 1. *Outer Model*

Tahap pertama evaluasi model PLS-SEM adalah uji model pengukuran, yang dikenal sebagai model luar. Pada tahap ini, fokus utama evaluasi adalah menguji validitas konstruk dengan menggunakan uji validitas konvergen dan diskriminan. Untuk pengujian konstruk pada model tersebut, evaluasi validitas konvergen dan diskriminan sangat penting karena mengidentifikasi korelasi yang kuat antara struktur dan

item pengukuran sementara korelasi yang lemah terjadi dengan variabel lain.

## 2. *Inner Model*

Untuk menilai model struktur, tahap kedua dilakukan dengan menggunakan dua kriteria yaitu, nilai R-Square dan signifikan. tingkat kekuatan model yang kuat, moderat, dan lemah ditunjukkan oleh nilai R-Square 0,75, 0,50, dan 0,25. Nilai R-Square ini menunjukkan seberapa besar variasi perubahan variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependen. Hubungan dianggap signifikan jika nilai P-Value <0,05.

### **3.9.1 Uji Validitas Konstruk**

#### 3.9.1.1 Validitas Konvergen

Indeks reflektansi dievaluasi dengan metric faktor tekanan untuk mengetahui validitas konvergen PLS. Ini adalah korelasi antara konstruksi skor dan skor komponen. *Rule of thumb* untuk validitas konvergen adalah bahwa beban luar harus lebih dari 0,7, komunalitas harus lebih dari 0,5, dan variasi rata-rata diekstraksi (AVE) harus lebih dari 0,5.

#### 3.9.1.2 Validitas Deskriminan

Menurut prinsip validitas diskriminan, pengukur atau indikator antara dua konstruksi tidak seharusnya memiliki korelasi yang tinggi. Untuk menjamin validitas identifikasi,

indikator harus memiliki nilai *cross-loading* yang lebih besar daripada variabel lainnya. Selain itu, nilai perbedaan rata-rata (AVE) dari masing-masing indikator dapat dihitung. Nilai AVE yang lebih dari 0,5 menunjukkan validitas diskriminan yang baik dari model.

#### 3.9.1.3 Uji Reliabilitas

Validitas keandalan juga diuji dengan PLS-SEM. Reliabilitas ditunjukkan melalui tes akurasi. Keseragaman dan ketepatan pengukuran konstruksi instrumen. Untuk mengukur ketergantungan konstruk dengan indikator, ada dua cara untuk melakukan pekerjaan reflektif: pendekatan kombinasi Cronbach dan prinsip reliabilitas Alpha. Untuk menilai kredibilitas, nilai reliabilitas komposit harus lebih dari 0,70. Namun, uji reliabilitas Alfa Cronbach build akan menunjukkan hasil yang lebih rendah dari yang diharapkan, jadi lebih baik menggunakan keandalan komposit.

#### 3.9.2 Uji Hipotesis

Selanjutnya metode *bootstrapping* digunakan untuk menguji hasil penelitian dengan uji T-test. Tujuannya adalah untuk memungkinkan data terdistribusi bebas yang tidak memerlukan asumsi distribusi normal dan tidak membutuhkan sampel yang

besar, yaitu setidaknya tiga puluh sampel. Pengujian hipotesis secara parsial dan secara simultan adalah dua jenis pengujian. Metode-metode ini adalah sebagai berikut:

#### 3.9.2.1 Pengujian Hipotesis secara parsial (uji t)

Tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur atau *inner model*. Untuk melakukan pengujian hipotesis pada tingkat alfa 5%, skor atau nilai *T-statistic* harus melebihi 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two tailed*) dan melampaui 1,64 untuk hipotesis satu ekor (*one tailed*). Proses *bootstrapping* menghasilkan nilai T- statistic ini (Abdillah dan Hartono, 2015). Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, kriteria berikut digunakan sebagai dasar perbandingan:

Hipotesis ditolak bila  $t\text{-hitung} < 1,96$  atau nilai  $\text{sig} > 0,05$

Hipotesis diterima bila  $t\text{-hitung} > 1,96$  atau nilai  $\text{sig} < 0,05$

#### 3.9.2.2 Pengujian Hipotesis secara simultan

Dalam SmartPLS, hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada efek secara tidak langsung. Ini karena dalam efek moderasi, tidak hanya efek

langsung (*direct effect*) variabel independen ke variabel dependen, tetapi juga hubungan interkasi antara variabel independen dan variabel dependen, serta hubungan interkasi antara variabel moderasi dan variabel dependen. Karena itu *indirect effect* digunakan untuk melihat efek dari adanya variabel interverning yang menghubungkan variabel independen dengan variabel dependen dimana hasil literasi bootstrapping harus memperoleh nilai T-statistic variabel moderasi lebih sama dengan dari 1,96 agar dapat dikatakan termediasi penuh (Abdillah dan Hartono, 2015)

### **3.9.3 Uji Moderasi**

Untuk memasukkan variabel moderasi, analisis regresi linier berganda biasanya menggunakan *Moderate Regression Analysis* (MRA). Hubungan antara variabel menjadi tidak linear karena MRA memasukkan variabel ketiga, yang merupakan perkalian dari dua variabel independen sebagai variabel moderasi. Akibatnya, koefisien estimasi MRA dengan variabel laten mungkin tidak konsisten atau bias. Model persamaan structural (SEM) memasukkan pengaruh interkasi ke dalam model untuk mengatasi masalah ini. Dengan

memanfaatkan SEM, kesalahan dalam pengukuran dapat diperbaiki, sehingga meningkatkan akurasi analisis dan menghasilkan hasil yang lebih tepat. Jika nilai t di bawah 0,05 maka variabel moderasi dianggap signifikan atau signifikan secara statistik.

Berikut ini adalah kriteria yang digunakan untuk membandingkan:

Hipotesis ditolak bila  $t\text{-hitung} < 1,96$  atau nilai  $\text{sig} > 0,05$

Hipotesis diterima bila  $t\text{-hitung} > 1,96$  atau nilai  $\text{sig} < 0,05$

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Latar Belakang Objek Penelitian

BTS (Bangtan Sonyeondan) atau Bangtan Boys merupakan *groupband* asal Korea Selatan berdiri dibawah naungan BigHit Entertainment yang tergabung dalam HYBE Labels. *Groupband* yang debut pada tanggal 13 Juni 2013 ini memiliki *fandom* yang diberi nama A.R.M.Y (*Adorable Representative M.C. For Youth*) yang tersebar diseluruh negara di dunia tak terkecuali di Indonesia. Selain itu, masing-masing *fandom* melakukan berbagai aktivitas untuk menunjukkan kecintaannya pada idola mereka. Seperti yang dilakukan oleh ARMY Malang. ARMY Malang sendiri memiliki *fanbase* yang tergabung di akun Instagram @armymalang907, yang hingga saat ini memiliki pengikut sebanyak 5.606. Ditinjau dari akun Instagram @armymalang907, aktivitas yang dilakukan *fandom* ini seperti Nobar (nonton bareng *BTS The Movie*), *Noraebang & Listening Party*, *gathering*, *birthday event* anggota *BTS*, *event photobox*, menjual *merch* yang dibuat sendiri oleh *Army*, melakukan *cover dance*, membeli produk terkait *merchandise* dan album, *BTS anniversary*

*event* yang dilakukan setiap tahun pada bulan Juni yang merupakan bulan debutnya *boyband* BTS serta berbagai kegiatan kreatif lainnya. Tak hanya itu aktivitas seperti *mass voting* (pemberian suara/ *voting* secara masal, biasanya dilakukan saat idola memperoleh nominasi penghargaan). *Fandom* ini juga aktif dalam kegiatan amal “Army Malang berbagi” dan berbagai kegiatan penggalangan dana untuk kemanusiaan dan korban bencana alam yang ada di Indonesia. Seperti yang dikutip dari Kompas.com (2022) ARMY Lombok dan Malang berhasil menggalang dana sebesar Rp 447 juta untuk para korban tragedi kericuhan Stadion Kanjuruhan.

#### **4.2 Gambaran Karakteristik Responden Penelitian**

Dalam waktu dua minggu, hasil kuesioner dibagikan kepada 360 penggemar K-pop Army Malang. ini dibagikan melalui link google formulir kuesioner dan disebarakan melalui berbagai media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Kriteria untuk sampel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tergabung dalam komunitas Penggemar K-Pop (Army) Malang
2. Pernah membeli produk-produk bertemakan K-Pop (BTS) minimal 2 kali
3. Berdomisili atau sedang tinggal di Kota Malang

Beberapa karakteristik responden digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel yang akan dikumpulkan. Berikut ini adalah beberapa karakteristik yang digunakan:

#### 4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	46	13%
Perempuan	321	87%
<b>Jumlah</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Pada tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa persentase responden berjenis kelamin laki-laki adalah 13% atau berjumlah 46 responden, sedangkan 87% nya adalah perempuan atau sebanyak 321 responden. Dari tabel diatas bisa ditarik kesimpulan mayoritas responden merupakan berjenis kelamin perempuan.

#### 4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan umur

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
<18 tahun	0	0%
18-24 tahun	353	96%
25-30 tahun	12	3%
31-40 tahun	2	1%
>41 tahun	0	0%
<b>Jumlah</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa persentase responden berusia 18-24 tahun adalah 96%, yang berusia 25-30 tahun sebanyak 3%, dan 1% nya adalah berusia 31-40%. Bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah berusia 18-24 tahun.

#### 4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

**Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	231	63%
Diploma	95	26%
Sarjana	41	11%
Doktor	0	0%
<b>Jumlah</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa jumlah persentase responden yang mempunyai riwayat pendidikan terakhir SMA sebanyak 63%, diploma sebanyak 26%, dan 11% merupakan Sarjana. Sedangkan responden yang berpendidikan terakhir Sekolah Dasar, SMP dan Doktor tidak ada. Mayoritas responden telah menempuh pendidikan atau pendidikan terakhir SMA. Hal ini

menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai background pendidikan yang cukup baik.

#### 4.2.4 Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan

**Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

<b>Status Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	112	31%
Pegawai Pemerintah	4	1%
PNS	5	1%
Karyawan Swasta	156	43%
Wiraswasta	89	24%
Tidak Bekerja	0	0%
<b>Jumlah</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.4, responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 31%, karyawan swasta sebanyak 43%, wiraswasta sebanyak 24%, dan masing-masing 1% lainnya merupakan pegawai pemerintah dan PNS. Dari data pada tabel tersebut bisa diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan dengan persentase tertinggi adalah karyawan kemudian disusul dengan pelajar/mahasiswa.

#### 4.2.5 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan bulanan

**Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan**

<b>Pendapatan bulanan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Rp. 0-Rp. 500.000	1	0,3%
Rp.600.000-Rp. 2.500.000	118	32,2%
Rp.2.600.000-Rp. 4.500.000	131	35,7%
Rp.4.600.000-Rp. 6.500.000	116	31,6%
>Rp.6.500.000	1	0,3%
<b>Jumlah</b>	<b>367</b>	

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan bulanan Rp.2.600.000-Rp. 4.500.000 sebanyak 131 responden atau 35,7% yang merupakan responden terbanyak. Kemudian responden dengan pendapatan Rp.600.000-Rp. 2.500.000 merupakan responden kedua terbanyak dengan jumlah responden 118, lebih banyak sedikit daripada responden dengan pendapatan Rp.4.600.000-Rp. 6.500.000 dengan jumlah 116 responden atau 31,6%.

#### 4.2.6 Karakteristik responden berdasarkan barang/ *merchandise* yang pernah dibeli

**Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Merchandise yang Pernah Dibeli**

<b>Barang yang pernah dibeli</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Album BTS	62	17%
Lightsick BTS	64	17%
Pakaian	70	19%
Photocard BTS	84	23%
Poster BTS	85	23%
Lainnya	2	1%
<b>Jumlah</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa mayoritas barang yang pernah dibeli responden adalah *photocard* dan poster BTS, keduanya memiliki persentase yang sama yaitu 23%. Sedangkan persentase untuk album dan *lightstick* BTS memiliki persentase 17%. Responden yang pernah membeli pakaian sebanyak 70 orang atau 19%. 1% nya membeli barang/*merchandise* lain yang tidak disebutkan disini.

#### 4.2.7 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran tertinggi untuk K-Pop

**Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Tertinggi Untuk K-Pop**

<b>Pengeluaran tertinggi</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Tiket Konser BTS	49	13%
Album fisik BTS	86	23%
Merchandise resmi BTS	68	19%
Langganan fanclub BTS	58	16%
Event Army/BTS lainnya	106	29%
<b>Jumlah</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden mempunyai pengeluaran tertinggi K-Pop digunakan untuk mengikuti event-event tentang Army/BTS sebesar 29%, album BTS sebanyak 86 responden atau 23%. Responden dengan pengeluaran tertinggi untuk merchandise resmi BTS sebesar 19% atau 68 responden. 16% responden nya memiliki pengeluaran tertinggi untuk langganan fanclub BTS. Sisanya 13% responden dengan pengeluaran tertinggi digunakan untuk membeli tiket konser BTS.

#### **4.2.8 Karakteristik Responden berdasarkan Kecamatan Tempat Domisili**

**Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Tempat Domisili**

<b>Kec/Tempat Domisili</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Blimbing	62	17%
Kedungkandang	64	17%
Klojen	89	24%
Lowokwaru	77	21%
Sukun	75	20%
<b>Jumlah</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berdomisili di kecamatan Klojen atau mempunyai persentase 24%. Pada kecamatan Lowokwaru sebanyak 21% atau 77 responden. Kemudian kecamatan Blimbing dan Kedungkandang dengan jumlah responden yang berdomisili sebanyak 17%. Sedangkan pada kecamatan Sukun sebesar 20% atau 75 responden.

#### **4.3 Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian**

##### **4.3.1 Distribusi Frekuensi Variabel FoMO (*Fear of Missing Out*)**

**Tabel 4. 9 Distribusi frekuensi variabel FoMO (Fear of Missing Out)**

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	FM1	26	7%	24	7%	0	0%	157	43%	160	44%	4
2	FM2	43	12%	94	26%	0	0%	112	31%	118	32%	3,4
3	FM3	51	14%	56	15%	0	0%	123	34%	137	37%	3,6
4	FM4	53	14%	54	15%	0	0%	160	44%	100	27%	3,5
5	FM5	52	14%	55	15%	0	0%	133	36%	127	35%	3,6
Rata-rata distribusi frekuensi variabel FoMO ( <i>Fear of Missing Out</i> )												

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Nilai rata-rata tertinggi pada item FM1 memiliki nilai 4, dengan pernyataan ketika teman-teman saya membicarakan konser atau aktivitas terbaru dari grup K-Pop, saya merasa sangat ingin ikut serta atau setidaknya memiliki pengalaman serupa. Pada item ini skor tertinggi adalah 5 sangat setuju, dengan jumlah 160 penggemar K-Pop (Army). Sedangkan item dengan nilai rata-rata terendah adalah FM2 memiliki nilai 3, dengan pernyataan saya merasa tertinggal ketika tidak dapat update berita terbaru tentang idola K-Pop dan mengikuti tren terkini di dunia K-Pop. Pada item ini skor tertinggi adalah 5 sangat setuju, dengan jumlah 118 penggemar K-Pop (Army).

#### **4.3.2 Distribusi Frekuensi Variabel *Love of Money***

**Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel *Love of Money***

NO	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	LoM1	26	7%	24	7%	11	3%	185	50%	121	33%	3,9
2	LoM2	27	7%	25	7%	56	15%	127	35%	132	36%	3,8
3	LoM3	26	7%	24	7%	22	6%	136	37%	159	43%	4
4	LoM4	27	7%	23	6%	20	5%	165	45%	132	36%	3,9
5	LoM5	23	6%	27	7%	36	7%	143	39%	138	38%	3,9
6	LoM6	25	7%	25	7%	39	11%	157	43%	121	33%	3,8
Rata-rata distribusi frekuensi variabel <i>Love of Money</i>												

Sumber : Data diolah Peneliti, 2024

Nilai rata-rata tertinggi pada item LoM3 mempunyai nilai 4, dengan pernyataan saya melihat pembelian produk atau merchandise K-Pop sebagai bentuk pencapaian dan prestasi dalam hidup saya. Pada item ini skor tertinggi adalah 5 sangat setuju, dengan jumlah 159 penggemar K-Pop. Sedangkan item dengan nilai rata-rata terendah adalah LoM2 dan LoM6 memiliki nilai masing-masing 3,8. Pernyataan pada LoM2 adalah saya bersedia mengeluarkan sejumlah besar uang untuk membeli merchandise resmi dari grup K-Pop yang saya sukai. Pada item ini skor tertinggi adalah 5 sangat setuju, dengan jumlah 132 penggemar K-Pop. Sedangkan pernyataan pada LoM6 adalah saya menganggap kekayaan sebagai sarana untuk mendapatkan pengalaman K-Pop yang unik dan tidak dapat diakses oleh banyak

orang. Pada item ini skor tertinggi adalah 4 sangat setuju, dengan jumlah 157 penggemar K-Pop (Army).

#### 4.3.3 Distribusi Frekuensi Variabel *Self Control*

**Tabel 4. 11** Distribusi frekuensi variabel *Self Control*

N O	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Me an
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	SC1	35	10%	69	19%	52	14%	142	39%	110	30%	3,9
2	SC2	48	13%	59	16%	27	7%	131	36%	102	28%	3,4
3	SC3	61	17%	36	10%	29	8%	120	33%	121	33%	3,5
4	SC4	39	11%	61	17%	28	8%	112	31%	127	35%	3,6
5	SC5	47	13%	44	12%	52	14%	121	33%	103	28%	3,5
6	SC6	54	15%	45	12%	52	14%	110	30%	106	29%	3,4
7	SC7	53	14%	40	11%	53	14%	95	26%	126	34%	3,5
8	SC8	43	12%	52	14%	52	14%	125	34%	95	26%	3,4
9	SC9	53	14%	45	12%	33	9%	129	35%	107	29%	3,5
10	SC10	49	13%	44	12%	63	17%	107	29%	104	28%	3,4
Rata-rata distribusi frekuensi variabel <i>Self Control</i>												

Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Nilai rata-rata tertinggi pada item SC1 mempunyai nilai 3,9, dengan pernyataan saya memiliki kemampuan untuk menahan diri dan tidak melakukan pembelian merchandise K-Pop secara impulsif tanpa pertimbangan yang matang. Pada item ini skor tertinggi 4 setuju, dengan jumlah 142 penggemar K-Pop (Army). Sedangkan item dengan nilai rata-rata terendah adalah SC2, SC6, SC8, SC10 dengan nilai masing-masing 3,4. Pernyataan

untuk item SC2 adalah saya bisa mengontrol emosi dan tidak terlalu terpengaruh oleh perbandingan diri dengan penggemar K-Pop lain, terutama terkait dengan aspek financial atau kekayaan. Pada item ini skor tertinggi adalah 4 setuju, dengan jumlah 131 penggemar K-Pop (Army). Pernyataan untuk item SC6 adalah saya mampu melihat konsekuensi jangka panjang dari tindakan atau keputusan saya terkait dengan keterlibatan dalam komunitas penggemar K-Pop. Pada item ini skor tertinggi adalah 4 setuju, dengan jumlah 110 penggemar K-Pop (Army). Pernyataan untuk item SC8 adalah saya bisa mengendalikan kebiasaan buruk menghabiskan terlalu banyak waktu di media sosial untuk K-Pop. Pada item ini skor tertinggi adalah 4 setuju, dengan jumlah 125 penggemar K-Pop (Army). Sedangkan pernyataan untuk item SC10 saya tidak selalu mengikuti setiap acara K-Pop yang diadakan, dan hanya mengikuti ketika sesuai dengan minat saya. Pada item ini skor tertinggi adalah 4 setuju dengan jumlah 107 penggemar K-Pop (Army).

#### **4.3.4 Distribusi Frekuensi Variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi**

**Tabel 4. 12 Distribusi frekuensi variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi**

N O	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	PKP1	2	1%	6	2%	2	1%	135	37%	222	60%	4,6
2	PKP2	3	1%	5	1%	3	1%	192	52%	164	45%	4,4
3	PKP3	6	2%	2	1%	2	1%	140	38%	217	59%	4,5
4	PKP4	6	2%	2	1%	2	1%	204	56%	153	42%	4,4
5	PKP5	5	1%	4	1%	3	1%	203	55%	152	41%	4,3
6	PKP6	4	1%	4	1%	2	1%	159	43%	198	54%	4,5
7	PKP7	2	1%	6	2%	3	1%	208	57%	148	40%	4,3
Rata-rata distribusi frekuensi variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi												

Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Menurut tabel 4.12 nilai rata-rata tertinggi pada item PKP1 mempunyai nilai 4,6, dengan pernyataan saya memiliki kebiasaan untuk menilai apakah pembelian K-Pop yang diinginkan itu benar-benar diperlukan atau hanya merupakan keputusan impulsive, sebelum mengeluarkan uang. Pada item ini skor tertinggi adalah 5 sangat setuju dengan jumlah 222 penggemar K-Pop (Army). Sedangkan nilai rata-rata terendah ada pada item PKP5 dan PKP7. Keduanya mempunyai nilai rata-rata 4,3. Pernyataan pada item PKP5 adalah saya melakukan evaluasi dan memperbarui jumlah dana darurat. Pada item ini skor tertinggi adalah 4 setuju, dengan jumlah 203 penggemar K-Pop (Army). Sedangkan pada item PKP7 mempunyai pernyataan saya memperhitungkan bunga dan biaya lainnya sebelum

mengambil hutang baru. Pada item ini skor tertinggi adalah 4 setuju, dengan jumlah 208 penggemar K-Pop (Army).

#### 4.3.5 Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan

**Tabel 4. 13 Distribusi frekuensi variabel Literasi Keuangan**

N O	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	LK1	0	0%	7	2%	3	1%	181	49%	176	48%	4,4
2	LK2	2	1%	5	1%	3	1%	212	58%	145	40%	4,3
3	LK3	6	2%	2	1%	2	1%	157	43%	200	54%	4,5
4	LK4	2	1%	7	2%	2	1%	200	54%	156	43%	4,4
5	LK5	3	1%	6	2%	2	1%	189	51%	167	46%	4,4
6	LK6	7	2%	2	1%	2	1%	172	47%	184	50%	4,4
Rata-rata distribusi frekuensi variabel Literasi Keuangan												

Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Menurut tabel 4.13 nilai rata-rata tertinggi pada item LK3 mempunyai nilai 4,5 dengan pernyataan saya memiliki kemampuan untuk menghindari utang atau penggunaan kredit yang tidak perlu terkait dengan aktivitas K-Pop. Pada item ini skor tertinggi adalah 5 sangat setuju dengan jumlah 200 penggemar K-Pop (Army). Sedangkan item dengan nilai rata-rata terendah adalah LK2 mempunyai nilai 4,3. Pernyataan pada item ini adalah saya memiliki rencana pengeluaran khusus untuk pembelian merchandise dan tiket konser K-Pop. Pada item ini skor tertinggi adalah 4 setuju dengan jumlah 212 penggemar K-Pop (Army).

## 4.4 Hasil Metode PLS

### 4.4.1 Analisis *Outer Model* (Model Pengukuran)

Tahap pengukuran luar model bertujuan untuk membuktikan validitas dan mengestimasi reliabilitas konstruk dan indikator. Uji varian berdasarkan konstruksi adalah langkah pertama. Algoritma PLS dapat digunakan untuk menguji model luar. Analisis outer model menggunakan nilai untuk melakukan analisis yang mencakup nilai reliabilitas, validitas konvergen, dan validitas diskriminan.

#### 4.4.1.1 Uji Analisis *convergent validity*

Variabel indikator yang akan ditampilkan dari variabel latennya ditampilkan dalam validitas konvergen ini. Nilai konstruk dan nilai masing-masing indikator variabel dapat dihubungkan untuk menunjukkan pengujian validitas konvergen. Menurut Ghozali & Latan (2015) nilai *loading factor* harus antara 0,6 dan 0,7 (Hamid & Suhardi, 2019). Nilai-nilai ini dapat dilihat melalui analisis validitas konvergen, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.14 berikut:

**Tabel 4. 14 Loading Factor**

VARIABEL	ITEM	NILAI	KETERANGAN
FoMO ( <i>Fear of MissingOut</i> )	FM1	0,722	Valid
	FM2	0,847	Valid

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

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.14 nilai *loading factor* pada setiap item yang mengukur variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) terdapat pada FM1 sebesar 0,722, FM2 sebesar 0,847, FM3 sebesar 0,921, FM4 sebesar 0,928, dan FM5 sebesar 0,927. Nilai *loading factor* pada setiap item yang mengukur variabel *love of money* adalah 0,849 untuk LoM1, 0,891 untuk

LoM2, 0,840 untuk LoM3, 0,897 untuk LoM6. Kemudian untuk nilai *loading factor* pada setiap item yang mengukur variabel *self control*, 0,896 untuk SoC5, 0,880 untuk SoC7, 0,918 untuk SoC8, 0,892 untuk SoC10. Selanjutnya, untuk nilai *loading factor* yang mengukur variabel pengelolaan keuangan pada setiap item adalah 0,803 untuk PK1, 0,783 untuk PK4, 0,783 untuk PK6. Terakhir, pada setiap item yang mengukur variabel literasi keuangan mempunyai nilai *loading factor* 0,830 untuk LK1, 0,741 untuk LK2, 1,201 untuk LK3. Setiap variabel yang telah diuji dengan validitas konvergen memiliki indikator item yang dinyatakan valid dan tercantum dalam data yang ada pada tabel 4.10. Meskipun demikian, beberapa item pertanyaan dari semua indikator variabel dinyatakan tidak valid, diantaranya LoM4 dan LoM5 pada variabel *love of money*. SoC1, SoC2, SoC3, SoC4, SoC6, SoC9 pada variabel *self control*. PK2, PK3, PK5 pada variabel pengelolaan keuangan. LK4, LK5, LK6, LK7 pada variabel literasi keuangan.

#### 4.4.1.2 Uji Validitas diskriminan (*diskriminan validity*)

Dengan software SmartPLS, kriteria Fornell-Lacker dan cross-loading dapat digunakan untuk menguji validitas diskriminan. Jika nilai kriteria Fornell-lacker memiliki nilai korelasi konstruk yang lebih besar daripada nilai korelasi konstruk dengan variabel lain, maka penelitian tersebut dianggap baik. Apabila nilai cross-

loading lebih besar dari nilai variabel lainnya, validitas diskriminan dapat diterima (Muhson, 2022). Selain itu, AVE dapat digunakan untuk mengukur validitas diskriminan. Nilai AVE menunjukkan besaran varian indikator yang dapat ditemukan dalam variabel laten dan dianggap baik jika nilainya lebih besar dari 0,05. Besar nilai kriteria Fornell-Lacker dapat dilihat analisis dalam validitas diskriminan, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.15 berikut:

**Tabel 4. 15 Fornell-Lacker Criterion**

	<i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	<i>Love of Money</i>	<i>Self Control</i>	Pengelolaan Keuangan Pribadi	Literasi Keuangan
<i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	0,873				
<i>Love of Money</i>	0,685	0,870			
<i>Self Control</i>	0,541	0,427	0,897		
Pengelolaan Keuangan Pribadi	0,100	0,082	0,166	0,789	
Literasi Keuangan	0,157	0,124	0,315	0,626	0,792

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Menurut tabel 4.15, nilai Fornell-lacker untuk FoMO terhadap variabel FoMO sebesar 0,873 yang merupakan nilai yang lebih besar daripada nilai untuk variabel lain. Kemudian, untuk nilai *love of money* terhadap variabel *love of money* sebesar 0,870. Nilainya lebih besar jika dibandingkan dengan nilai variabel *love of money* dengan variabel lainnya. Nilai variabel *self-control* terhadap *self control* sebesar 0,897. Yang mana nilai tersebut lebih besar daripada nilai variabel *self control* terhadap variabel lainnya. Selanjutnya, nilai pengelolaan keuangan pribadi terhadap variabel pengelolaan keuangan pribadi lebih sebesar 0,789, dimana nilai tersebut lebih besar daripada nilai variabel pengelolaan keuangan pribadi dengan variabel lainnya. Terakhir, nilai literasi keuangan terhadap variabel literasi keuangan sebesar 0,792, yang mana nilai tersebut lebih besar daripada nilai variabel literasi keuangan terhadap variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan nilai Fornell-lacker criterion keseluruhan variabel bisa dinyatakan valid.

Dalam pengujian diskriminan validity dapat dilihat dari cross loading. Nilai cross loading dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 16 Cross Loading**

	<b>x1</b>	<b>x2</b>	<b>x3</b>	<b>y</b>	<b>z</b>	<b>x1*z</b>	<b>x2*z</b>	<b>x3*z</b>
<b>X1.1</b>	<b>0,722</b>	0,853	-0,291	-0,086	-0,056	0,066	0,169	0,060
<b>X1.2</b>	<b>0,847</b>	0,518	-0,621	-0,080	-0,184	0,094	0,039	0,057
<b>X1.3</b>	<b>0,921</b>	0,528	-0,476	-0,070	-0,120	0,140	0,065	0,062
<b>X1.4</b>	<b>0,928</b>	0,523	-0,465	-0,095	-0,151	0,111	0,028	0,069
<b>X1.5</b>	<b>0,927</b>	0,557	-0,507	-0,100	-0,166	0,116	0,070	0,065
<b>X2.1</b>	0,646	<b>0,849</b>	-0,363	-0,012	-0,072	0,128	0,205	0,012
<b>X2.2</b>	0,568	<b>0,891</b>	-0,395	-0,094	-0,147	0,039	0,140	0,090
<b>X2.3</b>	0,646	<b>0,840</b>	-0,328	-0,059	-0,066	0,085	0,192	0,047
<b>X2.6</b>	0,598	<b>0,897</b>	-0,390	-0,062	-0,097	0,077	0,214	0,030
<b>X3.1</b>	-	-	<b>0,892</b>	0,118	0,285	0,110	0,099	-0,184
<b>0</b>	0,505	0,352						
<b>X3.5</b>	-	-	<b>0,896</b>	0,110	0,252	0,046	0,050	-0,148
	0,474	0,400						
<b>X3.7</b>	-	-	<b>0,880</b>	0,120	0,256	0,074	0,068	-0,155
	0,485	0,398						
<b>X3.8</b>	-	-	<b>0,918</b>	0,207	0,314	0,122	0,137	-0,226
	0,485	0,387						
<b>Y.1</b>	-	-	0,139	<b>0,803</b>	0,428	0,466	0,318	-0,543
	0,048	0,076						
<b>Y.4</b>	-	-	0,115	<b>0,783</b>	0,544	0,485	0,330	-0,539
	0,125	0,058						
<b>Y.6</b>	-	-	0,142	<b>0,783</b>	0,493	0,459	0,321	-0,576
	0,054	0,061						
<b>Z.1</b>	-	-	0,338	0,411	<b>0,793</b>	0,364	0,292	-0,480
	0,150	0,121						

<b>Z.4</b>	- 0,058	- 0,044	0,172	0,515	<b>0,789</b>	0,405	0,354	-0,533
<b>Z.6</b>	- 0,168	- 0,132	0,256	0,542	<b>0,794</b>	0,475	0,387	-0,607
<b>x1 * z</b>	0,120	0,075	0,105	0,597	0,529	<b>1,000</b>	0,698	-0,740
<b>x2 * z</b>	0,085	0,202	0,108	0,410	0,440	0,698	<b>1,000</b>	-0,640
<b>x3 * z</b>	0,072	0,066	-0,207	-0,701	-0,689	-0,740	-0,640	<b>1,000</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa korelasi indikator konstruk memiliki nilai yang lebih besar daripada korelasi indikator lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini, yang meliputi FoMo, *love of money*, *self control*, pengelolaan keuangan pribadi serta literasi keuangan dinyatakan valid. Kemudian, lihat tabel berikut untuk besaran nilai average variance extract (AVE).

**Tabel 4. 17 Average Variance Extracted (AVE)**

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Fear of Missing Out (X1)</i>	0,761
<i>Love of Money (X2)</i>	0,756
<i>Self Control (X3)</i>	0,804
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0,623
Literasi Keuangan (Z)	0,627

Berdasarkan pada tabel 4.17, bahwa nilai AVE pada variabel *fear of missing out* sebesar 0,761, *love of money* sebesar 0,756, *self control* sebesar 0,804, pengelolaan keuangan pribadi sebesar 0,623, literasi keuangan sebesar 0,627. Semua nilai AVE untuk setiap variabel memiliki nilai lebih dari 0,5 yang menunjukkan bahwa penelitian ini valid. Hal ini sejalan dengan pendapat Ghozali & Latan (2015), yang diungkapkan dalam (Hamid & Anwar, 2019) bahwa nilai AVE harus lebih dari 0,5.

#### 4.4.1.3 Uji Reabilitas

**Tabel 4. 18 Cronbach Alpa dan CPOSITE Reliability**

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (Rho_A)</i>
<i>Fear of Missing Out (X1)</i>	0,919	0,941
<i>Love of Money (X2)</i>	0,903	0,925
<i>Self Control (X3)</i>	0,922	0,942
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0,700	0,832
Literasi Keuangan (Z)	0,706	0,835

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.18 memperlihatkan variabel *Fear of Missing Out* dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* sebesar 0,919 dan 0,941. Kemudian variabel *love of money* mempunyai nilai sebesar 0,903 dan 0,925. Selanjutnya, variabel *self control* memiliki nilai 0,922 dan 0,942. Yang mana bisa disimpulkan bahwa nilai dari masing-masing konstruk penelitian adalah reliable.

#### 4.4.2 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Selanjutnya adalah menguji inner model. Hal ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara konstruk, nilai signifikan, dan model R-square penelitian. Nilai R-Square masing-masing variabel dependen dapat digunakan untuk menilai inner model. Hasil pengujian model internal ditunjukkan dalam tabel 4.19 dibawah ini.

**Tabel 4. 19 R-Square**

	R Square	R Square Adjusted
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0,558	0,550

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

J Jika dilihat dari nilai *R-Square* menunjukkan bahwa variabel dependen (endogen) pada penelitian adalah pengelolaan keuangan pribadi yang mempunyai nilai *R-square* 0,558. Menurut nilai *R-Square* *fear of missing out* , *love of money*, *self control* sebesar 55,8% sebagai variabel eksogen (independent) mempengaruhi pengelolaan keuangan sebagai variabel endogen (dependent) yang sisanya sebesar 55% adalah variabel yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Dengan nilai *R-Square* sebesar 0,558, dapat disimpulkan bahwa model yang diteliti dalam penelitian ini masuk dalam kategori moderat atau sedang.

#### 4.4.3 Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan beberapa standar/kriteria yang harus dipenuhi untuk menguji hipotesis. Kriteria yang harus dipenuhi diantaranya, *original sample*, *t-statistic*, dan *p-values*. Nilai *original sample* digunakan untuk menentukan arah pengujian hipotesis. Nilai positif pada sampel menunjukkan arah yang positif, sedangkan nilai negatif menunjukkan arah yang negatif. Kemudian *t-statistic* digunakan untuk menunjukkan signifikansi. Untuk mengetahui apakah hipotesis memiliki arah atau tidak, nilai *t-statistic* harus lebih dari 1,64, jika hipotesis memiliki arah (*one-tailed*). Akan tetapi, jika hipotesis tidak memiliki arah (*two-tailed*), maka nilai *t-statistic* harus lebih dari 1,96. Yang terakhir adalah *p-values*, yang juga digunakan untuk mengevaluasi signifikansi hasil. Nilai *p-value* dalam penelitian ini harus <5% atau <0,05 agar hipotesis dapat diterima (Zunianto, 2017). Analisa ini dilakukan dalam aplikasi SmartPLS menggunakan fungsi *bootstrapping*.

Dengan menggunakan *bootstrapping*, parameter koefisien dan nilai *T statistic* dapat dilihat untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh antar variabel.

**Tabel 4. 20 PathCoefficient (Bootstrapping)**

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>T Statistics (O/STDEV)</b>	<b>P Values</b>
<b>X1 -&gt; y</b>	-0,102	2,016	<b>0,044</b>
<b>X2 -&gt; y</b>	0,039	0,831	<b>0,406</b>
<b>X3 -&gt; y</b>	-0,056	1,139	<b>0,255</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Hasil uji hipotesis (*path coefficient*) tabel diatas adalah sebagai berikut:

1. Variabel X1 *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap Y Pengelolaan Keuangan Pribadi mempunyai nilai T-statistik 2,016 dan nilai *P values* kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,044. Nilai besaran menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) mempunyai pengaruh yang signifikan. Namun pada nilai *original sample* negatif, maka hasil ini mengindikasikan bahwa **peningkatan FoMO secara signifikan terkait dengan penurunan pada pengelolaan keuangan**. Dalam hal ini H1 diterima dan H0 ditolak.
2. Variabel *love of money* (X2) terhadap Y pengelolaan keuangan pribadi mempunyai nilai T-statistik sebesar 0,831 dan nilai *P values* lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,406. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ***love of money* tidak berpengaruh**

**signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi** atau dinyatakan bahwa H2 ditolak dan H0 diterima.

3. Kemudian pada variabel *self control* (X3) terhadap Y pengelolaan keuangan pribadi memiliki nilai T-statistik sebesar 1,139 dan nilai *P values* lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,255 yang dapat dinyatakan bahwa *self control tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi* atau H3 ditolak dan H0 diterima.

#### **4.4.4 Uji Hipotesis Moderasi**

Dalam penelitian ini, apabila P-value kurang dari 0,05 maka variabel moderasi dianggap mempunyai peran moderasi atau pengaruh moderasi pada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Jika nilai P-value lebih besar dari 0,05, variabel moderasi tidak berperan dalam memoderasi hubungan antara keduanya. Hasil uji pengaruh moderasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 21 Uji Pengaruh Moderasi**

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
<b>Z*X1 -&gt;Y</b>	0,319	3,049	<b>0,002</b>
<b>Z*X2 -&gt;Y</b>	0,217	2,012	<b>0,045</b>
<b>Z*X3 -&gt; Y</b>	0,359	4,616	<b>0,000</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Jika dilihat dari uji pengaruh moderasi dari tabel 4.21 diatas, maka hasil uji hipotesis moderasi ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Variabel literasi keuangan memoderasi hubungan antara variabel FoMO terhadap variabel pengelolaan keuangan pribadi dengan mempunyai nilai koefisien sebesar 0,319, dan mempunyai nilai P-value sebesar 0,002, yang mana literasi keuangan dapat berpengaruh positif pada hubungan antara FoMO terhadap pengelolaan keuangan pribadi secara signifikan. Dengan istilah lain, **variabel literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara variabel FoMO terhadap variabel pengelolaan keuangan pribadi.**
2. Kemudian pada literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antara variabel *love of money* dengan pengelolaan keuangan pribadi mempunyai nilai koefisien sebesar -0,217 dan

mempunyai nilai P-value 0,045 yang **artinya literasi keuangan mampu memoderasi peran antara *love of money* terhadap pengelolaan keuangan pribadi namun dalam hubungan/arrah yang negatif.** Dengan kata lain, literasi keuangan mengurangi hubungan positif antara *love of money* dan pengelolaan keuangan pribadi. Semakin tinggi literasi keuangan, semakin lemah atau negatif hubungan antara *love of money* dengan pengelolaan keuangan pribadi. Hasil dari penelitian ini bahwasanya literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara *love of money* terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

3. Selanjutnya, pada literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antara *self control* dengan pengelolaan keuangan pribadi memiliki nilai koefisien sebesar 0,359 dan mempunyai nilai P-values sebesar 0,000 yang artinya **literasi keuangan mampu memoderasi hubungan antara variabel *self control*.** Dengan kata lain, peningkatan literasi keuangan akan memperkuat hubungan antara *self control* dengan pengelolaan keuangan pribadi. Hasil dari penelitian ini bahwasanya literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara *self control* terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

#### 4.4.4.1 Uji model FIT

**Tabel 4. 22 Uji Model FIT**

	<b>Saturated Model</b>	<b>Estimated Model</b>
<b>SRMR</b>	0,082	0,081
<b>d_ULS</b>	1,285	1,241
<b>d_G</b>	0,679	0,669
<b>Chi-Square</b>	1177,944	1146,214
<b>NFI</b>	0,778	0,784

Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Hasil uji model FIT pada penelitian ini menunjukkan kualitas yang cukup baik, bisa dilihat pada nilai NFI yang tercantum yaitu sebesar 0,778. Dalam hal ini berarti model penelitian yang digunakan peneliti mampu menjelaskan sekitar 77,8% variasi data yang ada. Selain itu, nilai NFI yang berada diatas ambang batas minimum yang kuat (0,67) menunjukkan bahwa model yang digunakan penelitian bisa menjelaskan sekitar 77,8% variasi dalam data yang ada. Hasilnya, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini dapat diterima dan mampu menjelaskan secara memadai bagaimana variabel-variabel yang diteliti berhubungan satu sama lain.

## **4.5 Pembahasan**

### **4.5.1 Pengaruh FoMO terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Pengaruh FoMO terhadap pengelolaan keuangan pribadi memiliki pengaruh yang signifikan akan tetapi memiliki arah yang negatif yang dibuktikan dengan apabila FoMO pada penggemar K-Pop (Army) Kota Malang meningkat cenderung merusak pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini mencerminkan bahwa perilaku impulsif dan kecenderungan untuk mengeluarkan uang demi mengikuti tren atau pengalaman sosial (yang seringkali terkait dengan FoMO) dapat berdampak negatif pada bagaimana seseorang mengelola keuangan pribadinya (mengabaikan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang baik). Ada beberapa penelitian yang memiliki hasil serupa Novitasari et al., (2021) dan Ary Busman (2022) yang menyatakan gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Pada variabel FoMO, item yang mempunyai nilai yang paling tinggi menyatakan bahwa penggemar K-Pop (Army) merasa sangat ingin untuk mengikuti kegiatan (konser, atau setidaknya memiliki pengalaman serupa yang dilakukan oleh teman-teman penggemar lainnya. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara FoMO dengan keputusan gaya hidup. Mengikuti aktivitas terbaru dan merasakan kebersamaan dengan sesama penggemar memberikan kepuasan

emosional yang mendalam, yang menjadi motivasi kuat dalam keputusan gaya hidup mereka. Penggemar K-Pop (Army) yang mengalami FoMO mayoritas adalah mereka yang berumur 18-24 tahun atau generasi millennial. Hal ini wajar karena mereka merupakan generasi yang tumbuh di era kemajuan internet dan digital sehingga lebih rentan ketergantungan pada internet dan media sosial.

Sedangkan item yang mempunyai nilai terendah menyatakan bahwa merasa tertinggal ketika tidak dapat update berita terbaru tentang idolanya dan mengikuti tren terkini di dunia K-Pop. Dalam hal ini menunjukkan jawaban yang searah. Dibuktikan dengan adanya keterlibatan aktif dalam *fandom* yang membuat penggemar merasa perlu untuk selalu update dengan konten baru dari idola mereka, termasuk video, musik, dan berita. Hal ini bisa mempengaruhi waktu yang dihabiskan untuk mengecek media sosial dan platform streaming. Penggemar K-Pop akan merasa kehilangan momen atau pengalaman penting yang bisa menjadi topik hangat di komunitas penggemar. Penggemar tidak ingin ketinggalan informasi atau momen penting yang bisa menjadi bahan pembicaraan di antara teman-teman mereka. Selain itu, banyak acara penting seperti konser, *fan meeting* dan peluncuran *merchandise* K-Pop yang bersifat eksklusif dan terbatas. Ini membuat penggemar merasa perlu untuk segera berpartisipasi agar tidak ketinggalan. Mengikuti konser dan acara membutuhkan biaya

yang tidak sedikit. Penggemar mungkin mengorbankan kebutuhan lain untuk bisa hadir di acara-acara ini, baik lokal maupun internasional. Secara keseluruhan, FoMO mempengaruhi banyak aspek gaya hidup penggemar K-Pop, mulai dari bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain dan membuat keputusan sehari-hari atau mencerminkan betapa kuatnya pengaruh sosial dan emosional dalam komunitas *fandom*, yang membentuk perilaku dan prioritas penggemar. Hal ini jelas berpengaruh juga pada menurunnya pengelolaan keuangan para penggemar K-Pop (Army).

Hasil penelitian ini sesuai dengan *theory of planned of behavior*, menurut teori ini, informasi dapat membentuk pengetahuan seseorang dan dapat memengaruhi perilakunya (Ajzen, 1991). Penggemar K-Pop merupakan responden dalam penelitian ini, penggemar K-Pop mungkin memiliki sikap yang sangat positif terhadap mendukung artis favorit mereka, termasuk membeli album, merchandise, tiket konser, dan lainnya. Jika sikap mereka terhadap pengeluaran ini sangat positif, mereka mungkin cenderung mengalokasikan sebagian besar anggaran mereka untuk kegiatan ini, meskipun hal itu dapat mempengaruhi stabilitas keuangan mereka. Jika mereka memiliki sikap positif terhadap pengelolaan keuangan yang bijak, seperti menabung dan berinvestasi, mereka akan mungkin lebih mampu mengatur pengeluaran mereka secara lebih seimbang.

Selain itu, dalam komunitas penggemar K-Pop, terdapat tekanan sosial untuk mengikuti tren terbaru, memiliki barang-barang eksklusif, dan berpartisipasi dalam acara-acara penting yang berkaitan dengan K-Pop. Jika lingkungan sosial mereka sangat menghargai pengeluaran untuk K-Pop, penggemar mungkin merasa tertekan untuk terus melakukan pengeluaran besar meskipun hal tersebut tidak selalu bijaksana secara finansial. Sebaliknya, jika lingkungan sosial mendorong pengelolaan keuangan yang sehat seperti menabung dan berinvestasi, hal ini dapat mempengaruhi keputusan keuangan penggemar K-Pop kearah yang lebih positif dan terhindar dari sifat boros. Seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 26-27.

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ ۖ وَالْمَسْكِينِ ۖ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya : *“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”*.

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ ۖ كَفُورًا

Artinya : *“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”*.

Ayat ini menekankan pentingnya menggunakan harta dengan bijaksana dan menghindari sifat boros. FoMO seringkali mendorong seseorang untuk menghamburkan uang demi mengikuti tren atau gaya hidup yang tidak perlu, yang bisa dianggap sebagai tindakan pemborosan.

#### **4.5.2 Pengaruh *Love of Money* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Pengaruh *love of money* terhadap pengelolaan keuangan pribadi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan, atau ada hubungan yang sangat lemah atau tidak ada hubungan yang jelas antara seberapa besar seseorang mencintai uang dan bagaimana mereka mengelola keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Kota Malang. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Aini & Rahayu, 2022) dan (Simange, 2022). Ada faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi mereka selain *love of money*. Misalnya, literasi keuangan, pendidikan, dan latar belakang sosial-ekonomi mungkin lebih menentukan bagaimana seseorang mengelola keuangannya. Hal ini dibuktikan pada penelitian ini mayoritas respondennya telah menempuh pendidikan yang tinggi, yaitu 63% telah menempuh pendidikan SMA, 26% diploma, dan 11% sarjana. Pendidikan dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi pandangan dan perilaku individu terhadap uang dan pengelolaan

keuangan pribadi, termasuk di kalangan penggemar K-Pop. Melalui pendidikan, penggemar K-Pop dapat belajar keterampilan praktis dalam mengelola uang, seperti membuat anggaran, menyeimbangkan antara pengeluaran untuk hobi dan kebutuhan keuangan lainnya, seperti tabungan, investasi dan pembayaran utang. Keterampilan ini sangat penting untuk memastikan bahwa mereka tidak menghabiskan lebih dari yang mereka mampu hanya untuk mendukung idola mereka.

Hasil penelitian ini selaras dengan pernyataan Agustin et.,al (2023) yang menyatakan bahwa kesukaan seseorang terhadap uang akan mempengaruhi semua perilaku mereka terhadap uang yang berdampak positif atau negatif. Dampak negatifnya adalah perilaku konsumtif dan impulsif, kecintaan terhadap uang tidak selalu berarti seseorang akan mengelola uangnya dengan baik. Beberapa orang mungkin memiliki kecenderungan konsumtif atau impulsif yang membuat mereka sulit menahan diri dari pengeluaran, terutama ketika ada godaan besar seperti merchandise baru atau konser K-Pop yang menarik. Dalam kasus ini, kecintaan terhadap uang tidak cukup untuk mengontrol perilaku konsumtif tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *love of money* yang diperkenalkan oleh Tang (1990) dengan skala *Money Ethic Scale* yang mengukur uang dengan simbol prestasi dan kesuksesan. Dalam

penelitian ini indikator *success* mendominasi dalam variabel *love of money*. Kesuksesan seorang penggemar K-Pop dapat dilihat dari pembelian produk atau merchandise K-Pop sebagai bentuk pencapaian dan prestasi dalam hidup. Dalam komunitas penggemar K-Pop, memiliki koleksi merchandise yang mengesankan bisa memberikan pengakuan sosial dan status. Bentuk kesuksesan sosial adalah ketika mendapatkan apresiasi dan pengakuan dari teman-teman sesama penggemar. Hal ini sejalan dengan pernyataan Wulandari (2018), yang menyatakan bahwa semakin banyak koleksi K-Pop yang penggemar miliki, semakin diakui pula keberadaan mereka sebagai penggemar. Hal ini dibuktikan dengan data yang didapat rata-rata penggemar K-Pop (Army) melakukan pembelian setidaknya minimal 2 kali terhadap barang-barang yang berbau K-Pop atau boyband BTS. Kebanyakan dari mereka 23%-nya membeli *photocard* dan poster. Selain itu hasil penelitian yang didapatkan rata-rata responden memiliki pendapatan Rp600.000-Rp.2.500.000 sebanyak 118 atau 32,2% dan pendapatan Rp2.600.000-Rp.4.500.000 sebanyak 131 atau 35,7%, dimana jumlah pendapatan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penggemar K-Pop yang mempunyai kemampuan financial lebih tinggi dapat lebih mudah membeli produk-produk berbau K-Pop dibandingkan dengan yang memiliki tingkat financial rendah. Hal ini terjadi karena penggemar K-Pop tidak terlalu mencintai uang dan

memiliki status finansial yang tinggi cenderung kesulitan dalam mengendalikan uang yang mereka belanjakan dan cenderung berperilaku konsumtif. Penggemar K-Pop (Army) harus bijaksana dalam mengelola keuangan, tidak terjebak dalam cinta uang yang berlebihan dan tidak menghabiskan uang secara berlebihan untuk hal-hal yang mungkin tidak perlu dan tidak sesuai kebutuhan. Hal ini tercantum dalam Al-Qur'an surah Al-Furqan ayat 67 :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

*Artinya: “Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya”.*

#### **4.5.3 Pengaruh *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *self control* berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Malang. Dengan demikian menunjukkan bahwa hipotesis (H3) dalam penelitian ini ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian Afdhila (2023), Adi (2020) yang menyatakan bahwa *self control* berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Hasil dari penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis, dimana ada hipotesis dipaparkan bahwa *self control*

berpengaruh positif atau mempengaruhi pengetahuan keuangan pribadi. Secara teori seseorang yang mempunyai *self control* kemungkinan juga memiliki pengelolaan keuangan yang baik. Namun dalam penelitian ini pengelolaan keuangan tidak dipengaruhi oleh *self control*.

Insignifikansi variabel *self control* terhadap pengelolaan keuangan pribadi disebabkan oleh perbedaan tingkat *self control* antar penggemar K-Pop (Army). Perbedaan tingkat *self control* tersebut dikarenakan setiap individu memiliki budaya lingkungan yang berbeda satu dengan yang lain (Dwi Marsela & Supriatna, 2019). Perbedaan lingkungan budaya ini menyebabkan tingkat pengendalian diri yang berbeda dalam menangani masalah keuangan pribadi. Selain itu, kurangnya manfaat yang dirasakan menjadi alasan mengapa pengendalian diri tidak berdampak pada sikap keuangan pribadi. Pengendalian diri tidak berdampak pada sikap pengelolaan keuangan karena tidak ada keuntungan yang dirasakan secara langsung. Hal ini sejalan dengan pernyataan Rey-Ares et al. (2021) menunjukkan bahwa pengendalian diri tidak mempengaruhi sikap pengelolaan keuangan yang berkepanjangan mendapatkan keuntungan. Menurut (Hidayanti et al. (2023) pelajar/mahasiswa dengan tingkat *self control* tinggi atau rendah tidak dapat mengontrol konsumsi mereka. Hal ini dibuktikan pada penelitian dalam penelitian ini rata-rata responden merupakan

pelajar/mahasiswa sebanyak 31%. Penemuan penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Rahmadani (2017), yang menemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara pengendalian diri dan sikap pengelolaan keuangan. Rahmadani (2017) menunjukkan dalam penelitiannya bahwa ketidaksesuaian dengan rencana anggaran yang telah menyebabkan responden menjadi tidak rasional dalam menggunakan dana yang tersedia.

Dalam penelitian ini, *self control* tidak dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Kota Malang. Sebab responden mempunyai *self control* yang rendah. Beberapa indikator yang digunakan pada variabel *self control* adalah mampu mengontrol emosi dan menahan diri dari tindakan impulsive, mampu memprioritaskan tujuan jangka panjang, mampu mempertimbangkan konsekuensi dari tindakan yang diambil, mampu mengendalikan kebiasaan buruk, mampu menentukan batasan dan memegang teguh prinsip. Berdasarkan hasil penelitian pada indikator yang memiliki nilai *loading factor* terendah adalah saya mampu mengendalikan kebiasaan buruk mengeluarkan uang berlebihan untuk barang-barang K-Pop dan hanya membeli yang benar-benar diperlukan dengan nilai 0,880. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar K-Pop (Army) cenderung kurang mampu mengendalikan kebiasaan buruk

mengeluarkan uang berlebihan untuk barang-barang K-Pop dan hanya membeli yang benar-benar diperlukan.

Selain itu, rata-rata yang terendah dalam variabel *self control* pada item saya mampu melihat konsekuensi jangka panjang dari tindakan atau keputusan saya terkait dengan keterlibatan dalam komunitas penggemar K-Pop. Hal ini dapat diartikan bahwa penggemar K-Pop (Army) cenderung memikirkan jangka pendek dan kurang perencanaan jangka panjang. Penggemar K-Pop dengan kontrol diri yang lemah sering kali lebih memprioritaskan kepuasan langsung daripada manfaat jangka panjang yang menyebabkan penggemar K-Pop menghabiskan uang untuk kesenangan sesaat daripada menabung atau berinvestasi untuk masa depan. Penggemar K-Pop (Army) juga mungkin kesulitan merencanakan keuangan jangka panjang karena cenderung fokus pada kebutuhan dan keinginan saat ini. Oleh karena itu, penggemar K-Pop (Army) seharusnya lebih bijaksana dalam mengelola keuangan mereka, memastikan mereka tidak berlebihan dalam pengeluaran, dan tetap mempertimbangkan masa depan. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat An-Naziat: 40.

وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَهَيَّ النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ

*Artinya: “Dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari keinginan hawa nafsunya”.*

Ayat ini mengajarkan dua prinsip utama yang dapat dikaitkan dengan pengendalian diri dan pengelolaan keuangan pribadi, terutama bagi penggemar K-pop. Penggemar K-Pop perlu mempertimbangkan apakah pengeluaran mereka pada merchandise, konser, dan barang-barang terkait K-Pop benar-benar diperlukan dan bermanfaat. Mereka harus memastikan bahwa pengeluaran tersebut tidak mengabaikan kewajiban finansial lainnya yang lebih penting. Penggemar K-Pop harus menahan diri dari membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan atau hanya bersifat sementara. Ini berarti menimbang pengeluaran dengan hati-hati, mempertimbangan manfaat jangka panjang dibandingkan dengan kesenangan sesaat.

#### **4.5.4 Pengaruh Literasi Keuangan dalam memoderasi FoMO terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi variabel FoMO dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Malang. Hal ini sejalan dengan penelitian Novitasari et.,al (2021) dan Asandimitra (2021) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh pada pengelolaan keuangan. Dengan demikian, maka hipotesis (H4) dalam penelitian

diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang disajikan, dimana pada hipotesis disebutkan bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi seberapa besar FoMO memengaruhi cara penggemar tersebut mengelola keuangan mereka.

Penggemar K-Pop rawan terjebak FoMO seperti cenderung update sosial media untuk sekedar melihat berita tentang idolanya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Aisafitri dan Yusrifah (2020) yang menyatakan bahwa seseorang tidak dapat menahan keinginan untuk memeriksa media sosial atau berhenti berpikir tentang media sosial karena FoMO mendorong gaya hidup mereka untuk memeriksa akun media sosial. Usia merupakan salah satu faktor yang melatar belakangi seseorang perilaku seseorang (Ajzen, 1991). Jika dilihat dari data usia responden pada penelitian ini, mayoritas merupakan berumur 18-24 tahun yaitu sebanyak 96%. Hal ini selaras dengan pernyataan Przybylski et al. (2013) bahwa sebagian besar dewasa muda mempunyai FoMO yang tinggi sebagai akibat dari kecenderungan mereka untuk menunjukkan kepuasan hidup yang tinggi pada usia tersebut. Seseorang dikategorikan dewasa muda jika berada antara usia 18-27 tahun (Wikipedia, 2024).

Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan dapat memodreasi hubungan antara FoMO dan pengelolaan keuangan pribadi salah satunya adalah pendidikan formal. Tingkat pendidikan

formal yang lebih tinggi biasanya memberikan individu pengetahuan dasar tentang keuangan salah, termasuk konsep seperti tabungan, investasi, dan pengelolaan utang. Hal ini dibuktikan pada indikator *financial landscape* pada variabel literasi keuangan yang menyatakan bahwa saya memiliki kemampuan untuk menghindari utang yang menjadi mayoritas jawaban responden. Penggemar K-Pop (Army) cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi. Ketika penggemar K-Pop (Army) memiliki literasi keuangan yang tinggi, mereka cenderung lebih mampu mengelola keuangan mereka meskipun mereka mengalami FoMO. Mereka dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana mengenai pengeluaran yang berkaitan dengan aktivitas *fandom* mereka. Dengan kata lain, literasi keuangan berfungsi sebagai pelindung atau penyeimbang yang membantu penggemar K-Pop untuk mengelola pengeluaran mereka dengan lebih baik, meskipun mereka merasakan tekanan sosial atau emosional dari FoMO.

Al-Qur'an tidak secara langsung membahas literasi keuangan atau konsep modern seperti FoMO. Namun terdapat ayat Al-Qur'an yang menekankan pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana dan menghindari perilaku boros seperti yang dijelsakn dalam Surat Al-Furqan :67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

*Artinya: Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelajaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.*

#### **4.5.5 Pengaruh Literasi Keuangan dalam memoderasi *Love of Money* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi variabel *love of money* dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Malang. Hal ini sejalan dengan penelitian Ulumudiniati & Asandimitra (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara *love of money* terhadap pengelolaan keuangan. Hal ini berarti bahwa literasi keuangan mempengaruhi seberapa besar kecintaan terhadap uang berdampak pada cara seseorang mengelola keuangan mereka. Atau dengan kata lain, adanya literasi keuangan membuat penggemar K-Pop memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai konsep dan produk keuangan yang memungkinkan membuat keputusan keuangan yang efektif dan tepat.

Beberapa hal yang dapat mempengaruhi mengapa literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara FoMO dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) adalah didukung pada hasil kuesioner. Responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 54% atau 200 responden pada item LK3 dengan pernyataan saya memiliki kemampuan untuk menghindari utang atau penggunaan kredit yang tidak perlu terkait dengan aktivitas K-Pop. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar K-Pop (Army) memiliki literasi keuangan yang baik dan paham tentang bahaya dan konsekuensi dari berhutang serta memiliki strategi untuk mengelola keuangannya. Hal ini diperkuat oleh data pada penelitian ini yang menunjukkan sebanyak 35,7% responden memiliki pendapatan Rp2.600.000-Rp.4.500.000 yang jumlah ini lebih banyak dari responden yang mempunyai pendapatan Rp.600.000-Rp.2.500.000 yang hanya sebesar 32,2%. Yang demikian ini berarti bahwa penggemar K-pop (Army) sudah mengerti faktor paling penting yang dipertimbangkan saat mengatur pengeluarannya, yaitu pendapatannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan semakin tinggi pendapatn seseorang maka semakin baik pula seseorang dalam mengelola keuangan sehingga tidak akan berhutang (Andrew & Linawati 2014).

Literasi keuangan dapat membantu penggemar K-Pop dengan *love of money* untuk mengelola kecintaan mereka terhadap uang

dengan cara yang lebih bijaksana. Dengan literasi keuangan, mereka dapat memahami bagaimana menginvestasikan uang mereka dengan bijak, merencanakan anggaran, dan membuat keputusan keuangan yang lebih rasional.

Literasi keuangan memoderasi hubungan antara *love of money* dan pengelolaan keuangan dengan cara mengurnagi perilaku negatif yang mungkin timbul dari kecintaan terhadap uang. Penggemar K-Pop (army) dengan literasi keuangan yang baik dapat menggunakan kecintaan mereka terhadap uang sebagai motivasi untuk belajar lebih banyak tentang investasi, tabungan, dan strategi keuangan lainnya, sehingga mereka dapat mencapai stabilitas keuangan yang lebih baik. Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang membrikan petunjuk tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana dan tidak boros. Meski tidak secara spesifik membahas tentang literasi keuangan bagi penggemar K-Pop, termasuk dalam mengelola hobi dan kecintaan terhadap hal-hal tertentu. Berikut adalah ayat Al-Qur'an yang relevan dengan literasi keuangan dan dapat membantu mengarahkan penggemar K-Pop untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih bijaksana.

Q.S Al-Baqarah : 261

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ  
سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ بِاللَّهِ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

**Artinya :** “Perumpamaan orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah Mahaluas, Maha Mengetahui”.

Secara keseluruhan, literasi keuangan membantu penggemar K-pop (Army) untuk mengelola kecintaan mereka terhadap uang dengan lebih bijaksana, memastikan bahwa dorongan untuk mengumpulkan kekayaan tidak mengarah pada keputusan keuangan yang buruk, tetapi justru mendorong mereka untuk mengelola keuangan dengan lebih efektif dan efisien.

#### **4.5.6 Pengaruh Literasi Keuangan dalam memoderasi *Self Control* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi variabel *self control* dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army). Hal ini sejalan dengan penelitian Komarudin et., (2020) dan Mustikasari & Septina (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dapat memoderasi (memperkuat) hubungan antara *self control* terhadap pengelolaan keuangan. Hal ini dibuktikan pada hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menempuh

tingkat pendidikan yang baik. 63%-nya telah menempuh SMA, 26% telah menempuh Diploma dan 11% nya sudah menempuh strata 1 atau sarjana. Pendidikan dapat meningkatkan keterampilan professional dan pengetahuan yang relevan dengan pengetahuan umum. Bersekolah membantu seseorang menjadi lebih bermotivasi, percaya diri, dan menjadikan modal sosial. hal ini juga dapat menyebabkan mereka terpapar dengan lingkungan yang lebih kompleks dan meningkatkan kognitif mereka (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1998). Jika dikaitkan dengan aspek *self control* menurut Averill (1973) salah satunya kontrol kognitif. Dengan kontrol kognitif yang baik, seseorang dapat membuat keputusan keuangan yang lebih bijak, menghindari pengeluaran impulsif, dan merencanakan masa depan keuangan dengan lebih efektif. Ini semua berkontribusi pada stabilitas dan kesejahteraan finansial jangka panjang.

Literasi keuangan mempengaruhi seberapa besar pengendalian diri berdampak pada cara penggemar K-Pop mengelola keuangan mereka. Penggemar K-Pop dengan *self control* yang tinggi cenderung lebih mampu menghindari pengeluaran impulsif dan dapat membuat keputusan keuangan yang lebih bijaksana. Namun, tanpa literasi keuangan yang memadai, meskipun mereka memiliki *self control*, mereka mungkin tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengelola keuangan mereka secara efektif. Selain itu, individu harus

memiliki literasi keuangan, yang berarti mereka memiliki pengetahuan dan informasi tentang masalah keuangan (Zuniarti and Rochmawati 2021).

Literasi keuangan memoderasi hubungan antara *self control* dan pengelolaan keuangan dengan cara meningkatkan kemampuan individu untuk membuat keputusan keuangan yang lebih rasional dan terinformasi. Penggemar K-Pop (Army) dengan literasi keuangan yang baik dan pengendalian diri yang tinggi akan mampu mengelola keuangan mereka dengan efektif, meskipun mereka menghadapi godaan untuk menghabiskan uang pada aktivitas atau merchandise K-Pop. Hal ini berarti perlunya diterapkan perencanaan dan penggunaan uang dengan bijak (tidak berlebihan/mengindari pemborosan) sesuai dengan Surat Al- An'am ayat 141.

وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

*Artinya : “Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”*

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penulis mencapai beberapa kesimpulan berdasarkan penelitian ini, yang mengacu pada rumusan masalah. Berikut ini adalah kesimpulan yang dicapai:

1. FoMO (*Fear of Missing Out*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Kota Malang. Dengan memiliki FoMo yang tinggi, pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Malang akan cenderung menurun. Adanya pengaruh gaya hidup hedonis seperti selalu ingin ikut serta mengikuti kegiatan yang berbau K-Pop contohnya konser, *fanmeeting*, selalu update dengan konten baru dari idola mereka, termasuk video, musik, dan berita, membeli album dan merchandise membuat penggemar K-Pop (Army) Kota Malang terkena FoMO.
2. *Love of Money* tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Kota Malang. Hal ini dapat kita ketahui bahwa *love of money* tidak mempunyai pengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) atau ada faktor lain yang lebih berpengaruh, seperti pendidikan, latar belakang sosial ekonomi dan literasi

keuangan yang mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army).

3. *Self control* tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Kota Malang. Hal ini terjadi karena penggemar K-Pop (Army) Malang memiliki *self control* yang rendah seperti kurang mampu mengendalikan kebiasaan buruk mengeluarkan uang berlebihan untuk barang-barang K-Pop dan sering memprioritaskan kepuasan langsung daripada manfaat jangka panjang yang menyebabkan penggemar K-Pop mengeluarkan uang untuk kesenangan sesaat.
4. Literasi keuangan memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan FoMO dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Malang. Hal ini dapat kita ketahui bahwa literasi keuangan pada penggemar K-Pop (Army) Malang dapat memoderasi sebagai faktor memperkuat dalam pengelolaan keuangan penggemar K-Pop (Army) Malang. Hal ini terjadi karena, penggemar K-Pop (Army) Malang memiliki literasi keuangan yang tinggi, sehingga lebih mampu mengelola keuangan mereka meskipun mengalami FoMO.
5. Literasi Keuangan mempunyai pengaruh dalam memoderasi hubungan *love of money* dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Malang. Hal ini dikarenakan penggemar K-Pop (Army) Malang merupakan mayoritas generasi millennial yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik (*well literate*), memahami tentang bahaya

konsekuensi dari berhutang dan mempunyai strategi untuk mengelola keuangannya. Dengan kata lain dengan literasi keuangan yang baik penggemar K-Pop mampu mengurangi perilaku negatif yang mungkin timbul dari kecintaannya terhadap uang.

6. Literasi keuangan memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan *self control* dengan pengelolaan keuangan pribadi penggemar K-Pop (Army) Malang. hal ini dikarenakan penggemar K-Pop (army) Malang mempunyai kemampuan kognitif yang baik sehingga dapat membuat keputusan keuangan yang bijak, menghindari pengeluaran impulsif serta merencanakan keuangan jangka panjang.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan temuan penelitian, diskusi, dan kesimpulan. Penulis menyadari bahwa penelitian ini mempunyai banyak kekurangan dan masih perlu diperbaiki. Ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis memberikan beberapa rekomendasi sebagai evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Berikut beberapa rekomendasi yang dirangkum:

### **5.2.1 Untuk Objek Penelitian**

1. Penggemar K-Pop (Army) dapat mengupgrade pengetahuan dengan mengikuti kursus atau workshop tentang pengelolaan keuangan bisa membantu penggemar memahami pentingnya menabung dan berinvestasi. Dengan sumber informasi yang baik tentang

keuangan pribadi dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mengatur keuangan dengan bijak.

2. Penggemar K-Pop (Army) dapat melakukan pengendalian diri dan pembentukan kebiasaan positif. Beberapa caranya adalah dengan membuat dan mematuhi anggaran untuk pengeluaran K-Pop, fokus membeli barang-barang yang benar-benar bernilai dan tidak hanya karena trend atau tekanan sosial, serta mencoba untuk menunda pembelian barang-barang yang diinginkan untuk melihat apakah keinginan tersebut bertahan atau hanya sementara.
3. Penggemar K-Pop (Army) dapat lebih membangun komunitas yang mendukung pengelolaan keuangan yang sehat, dengan cara diskusi terbuka atau mencari teman dan mentor yang bisa memberikan nasihat dan dukungan dalam mengelola keuangan.
4. Penggemar K-Pop (Army) diharapkan dapat lebih memprioritaskan apa yang benar-benar penting dalam kehidupan agar tetap bisa menikmati hobi K-Pop tanpa khawatir dengan risiko-risiko keuangan yang terjadi dikemudian hari.
5. Penggemar K-Pop (Army) harus menjadi konsumen yang kritis. Evaluasi kebutuhan vs keinginan dengan cara mempertimbangkan apakah tertentu benar-benar diperlukan atau hanya keinginan sementara serta menghindari pembelian impulsif dengan memberi

jeda waktu sebelum membeli sesuatu untuk mempertimbangkan kembali keputusan tersebut.

### **5.2.2 Untuk Peneliti Selanjutnya**

1. Menganalisis lebih lanjut dampak peningkatan literasi keuangan dan perencanaan keuangan pribadi pada objek yang lebih luas.
2. Studi berbagai persepsi penggemar K-Pop diberbagai fandom terkait literasi keuangan dan perencanaan keuangan pribadi, membantu memahami pandangan, kebutuhan, dan tantangan yang dihadapi penggemar K-Pop dalam mengelola keuangan mereka.
3. Memabndingkan pengelolaan keuangan pribadi dan tingkat literasi keuangan penggemar K-Pop (Army) dengan fandom lain. Hal ini bisa memberikan wawasan mengenai perubahan perilaku keuangan dan mengidentifikasi perbedaan yang signifikan.
4. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan, *love of money*, *self control*, dan FoMO serta perencanaan keuangan pribadi di kalangan penggemar K-Pop atau peneliti di berbagai bidang penelitian.
5. Analisis lebih lanjut tentang pengaruhnya pengetahuan keuangan terhadap peningkatan pengelolaan keuangan dari sudut pandang yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan J. Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta.
- Afdhila, Qory. 2023. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Self Control Terhadap Perilaku Dan Sikap Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNS.” *Journal on Education* Volume 06,.
- Agustin, Dilla, Nersiwad, and Yuliasnita Verlandes. 2023. “Pengaruh Love Of Money Dan Dender Terhadap Pengelolaan Keuangan 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.
- Aini, Khoris Atul, and Ruci Arizanda Rahayu. 2022. “Love of Money, Financial Literacy, Locus of Control Dan Gender Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pelaku UMKM.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* 10(3):433–42. doi: 10.37641/jiakes.v10i3.1417.
- Aisafitri, Lira, and Kiayati Yusrifah. 2020. “Sindrom Fear of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Milenial Di Kota Depok.” *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi* 2(4):166. doi: 10.24014/jrmdk.v2i4.11177.
- Ajzen, Icek. 1991. “The Theory of Planned Behavior.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2):179–211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Almaida, Risa, Sandy Agum Gumelar, and Adinda Azmi Laksmiwati. 2021. “Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop.” *Cognicia* 9(1):17–24. doi: 10.22219/cognicia.v9i1.15059.
- Andrew, Linawawati. 2014. “Hubungan Faktor Demografi Dan Pengetahuan Keuangan Dengan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta Di Surabaya.”
- Arum, Khoirunnisa. 2021. “HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PSIKOLOGI PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE Riza Noviana Khoirunnisa Abstrak.” 8.
- Ary Busman, Sherwin. 2022. “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. doi: 10.37600/ekbi.v5i2.680.
- Atkinson, Adele, and Flore-Anne Messy. 2012. “Measuring Financial Literacy:

- Results of the OECD.” *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions* 44(2):296–316.
- Averill, James R. 1973. “Personal Control over Aversive Stimuli and Its Relationship to Stress.” *Psychological Bulletin* 80(4):286–303. doi: 10.1037/h0034845.
- Bado, Basri, Muhammad Hasan, Thamrin Tahir, and Sitti Hasbiah. 2023. “How Do Financial Literacy, Financial Management Learning, Financial Attitudes and Financial Education in Families Affect Personal Financial Management in Generation Z?” *International Journal of Professional Business Review* 8(5):e02001. doi: 10.26668/businessreview/2023.v8i5.2001.
- Baumeister, Roy F. 2002. “Purchasing, Impulsive Behavior, Consumer.” *Journal of Consumer Research, Inc.* 28(4):670–76.
- Cipto, Siregar. 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):431–49.
- cnbcindonesia.com. 2023. “Beli Tiket Konser Coldplay Pakai Pinjol? OJK Bilang Begini.” Retrieved January 10, 2024 (<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.” Retrieved March 18, 2024 (<https://dataindonesia.id/varia/detail/8-negara-dengan-penggemar-bts-terbanyak-di-dunia>).
- Delmi Yetti, Febri, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, and Uin Suska Riau. 2022. “PENGARUH LOVE OF MONEY, MACHIAVELLIAN, RELIGIUSITAS DAN IDEALISME TERHADAP PERSEPSI ETIS MAHASISWA AKUNTANSI.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)* 1(2):204–13. doi: 10.24034/JIMBIS.V1I2.5371.
- detiknews.com. 2023. “Penipuan Calo Tiket Konser BLACKPINK, Akun @mbajastip\_ Dipolisikan.” *DetikNews.Com*. Retrieved January 10, 2024 (<https://news.detik.com/berita/d-6616763/penipuan-calo-tiket-konser-blackpink-akun-mbajastip-dipolisikan>).
- Diba, Dira Sarah. 2013. “Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin Di Samarinda.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 26(4):1–37.

- Diputra, R. .. 2019. "Pentingnya Perencanaan Keuangan Untuk Masa Depan." Deepublish.
- Duryadi. 2021. *Metode Penelitian Ilmiah (Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Dwi Marsela, Ramadona, and Mamat Supriatna. 2019. "Kontrol Diri: Definisi Dan Faktor." *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice & Research* 3(2):65–69.
- Fachrosi, Erlyani, Dwi Tia Fani, Rafika Fadhila Lubis, Nadya Bella Arintonang, Nur Azizah, Dicky Reza Saragih, and Fakhrol Malik. 2020. "Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop Pada Komunitas Bts-Army Medan." *Jurnal Diversita* 6(2):194–201.
- Fadila, Dewi, Yesita Astarina, Dwi Riana, Septini Kumalaputri, and Melisa Kurnia Asfitri. 2023. "Financial Literacy and Love of Money Attitude toward Financial Management." *Asean International Journal of Business* 2(2):116–26. doi: 10.54099/aijb.v2i2.607.
- Fajriyah, Irma Laili, and Agung Listiadi. 2021. "Pengaruh Uang Saku Dan Pendidikan Keuangan Keluarga Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Melalui Literasi Keuangan Sebagai Intervening." *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen* 17(1):61–72.
- Fathimatus Zahro Fazda Oktavia, Dan, Dharmawan Iqbal Akbar, Dan Farisa Nur Maula, Jurusan Akuntansi, and Politeknik Negeri Malang. 2022. "ANALISIS PERILAKU, PERAN, DAN DAMPAK PENGELOLAAN KEUANGAN BAGI MAHASISWA." *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial* 4(1).
- Ghufron, M. Nur &. Rini Risnawati S. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruz Media.
- Goldfried, Marvin R. 1971. "Systematic Desensitization as Training in Self-Control." *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 37(2):228–34. doi: 10.1037/h0031974.
- Golman, Daniel. 1999. *Working with Emotional Intelligence: Kecerdasan Emosi Untuk Mencapai Puncak Prestasi (Penerjemah Alex Tri Kantjo Widodo)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Gooch, Betsy. 2008. "The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom." Georgia Institute of Technology.
- GoodStats. 2022. "Indonesia Jadi Negara Dengan Fans K-Pop Terbanyak Di Dunia - GoodStats." Retrieved December 22, 2023

(<https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>).

- Haiyang, Chen &. Volpe. 2016. "An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students." *Zhongguo Jiguang/Chinese Journal of Lasers* 43(8):107–28. doi: 10.3788/CJL201643.0811001.
- Haudi, and Dharma Widya. 2023. "The Role of Financial Literacy, Financial Attitudes, and Family Financial Education on Personal Financial Management and Locus of Control of University Students." *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)* 4(2):107–16.
- Hidayah, Aisyah Nur, and Rr Iramani. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial Dengan Pengendalian Diri Sebagai Mediasi." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(5):4800–4810.
- Hidayanti, Febriana, Naelati Tubastuvi, Wida Purwidiyanti, and Hermin Endratno. 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.
- Housel, Morgan. 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*.
- Kartawinata, Budi Rustandi, Candra Wijayangka, Aldi Akbar, and R. Susanto Hendiarto. 2021. "The Influence of Lifestyle and Financial Behavior on Personal Financial Management for the Millennia Generation (Study on College Students in Bandung City, Indonesia)." *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* 2957–65. doi: 10.46254/sa02.20210833.
- Katadata. 2022a. "Survei: 88,3% Fandom K-Pop Gunakan Instagram Untuk Saling Berinteraksi." Retrieved February 28, 2024 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/survei-883-fandom-k-pop-gunakan-instagram-untuk-saling-berinteraksi>).
- Katadata. 2022b. "Survei JakPat: Musik K-Pop Lebih Disukai Perempuan Ketimbang Laki-Laki." Retrieved December 22, 2023 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/16/survei-jakpat-musik-k-pop-lebih-disukai-perempuan-ketimbang-laki-laki>).

- Komarudin, Munir Nur, Nugraha, Dikdik Hardjadi, and Riska Ayu Pasha. 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):159–78.
- Kompas.com. 2022. "ARMY Lombok Dan Malang Akan Salurkan Uang Penggalangan Dana Rp 447 Juta Untuk Korban Tragedi Kanjuruhan." Retrieved March 26, 2024 (<https://www.kompas.com/hype/read/2022/10/05/202007466/army-lombok-dan-malang-akan-salurkan-uang-penggalangan-dana-rp-447-juta>).
- Korean Culture and Information Service, KOCIS. 2011. *Korean Culture No.2 K-POP: A New Force in Pop Music*.
- Lazarus, Richard S. 1976. *Patterns of Adjustment*. Tokyo: McGraw Hill.
- Linda, Lusi Endang Sri Darmawati dan Dassucik. 2022. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Peserta Didik." *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Peserta Didik* 6:11069–615.
- Mahapatra, Mousumi Singha, and Ram Kumar Mishra. 2019. "Role of Self-Control and Money Attitude in Personal Financial Planning." *The Indian Economic Journal* 67(3–4):362–66. doi: 10.1177/0019466220933408.
- Marseal, Adelia. 2022. "Fenomena Fear of Missing Out Pada Penggemar K-Pop." *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental*.
- Mashud, Mashud, Mediaty Mediaty, and Grace T. Pontoh. 2021. "The Effect of Financial Literature, Lifestyle and Income of Parents on Student Financial Management Behavior." *Journal of International Conference Proceedings* 4(3):256–64. doi: 10.32535/jicp.v4i3.1315.
- Maulita, and Nyoria Anggraeni Mersa. 2017. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Mahasiswa Di Politeknik Negeri Samarinda." *Seminar Nasional Inovasi Teknologi Terapan* 2:136–43.
- Misbahuddin, Abdullah Afif, and Maretha Ika Prajawati. 2023. "Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Pendapatan, Dan Hedonism Lifestyle Terhadap Pengelolaan Keuangan: Studi Kasus Guru Pondok Pesantren An-Nur 3 'Murah Banyu' Malang." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 6(1):75–87. doi: 10.15642/MANOVA.V6I1.1082.
- Muhson, A. 2022. *Analisis Statistik Dengan Smartpls Path Analysis Confirmatory Factor Analysis, Dan Structural Equation Modeling*. Program Pascasarjana

Universitas Negeri Yogyakarta.

- Mustikasari, Adellia, and Fanny Septina. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan, Impulsive Buying, Dan Pengendalian Diri Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Ciputra." *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)* 8(2):48–54. doi: 10.29407/jae.v8i2.20179.
- Nguyen, Hanh, Han Hoang, Tham Tran, Linh Tran, Anh Van, and Nhi Le. 2021. "The Influence of Self-Control on Personal Financial Management." *International Journal Of Creative Research Thoughts (IJCRT)* 9(4):4104–8.
- Ningtyas, Mega Noerman. 2019. "Literasi Keuangan Pada Generasi Milenial." *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 13(1):20–27. doi: 10.32812/JIBEKA.V13I1.111.
- Nisa, Firda Khoirotnun, and Nadia Asandimitra Haryono. 2022. "Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self Efficacy, Income, Locus of Control, Dan Lifestyle Terhadap Financial Management Behavior Generasi Z Di Kota Surabaya." *Jurnal Ilmu Manajemen* 10(1):82–97. doi: 10.26740/jim.v10n1.p82-97.
- Novitasari, Dewiana, Juliana Juliana, Masduki Asbari, and Agus Purwanto. 2021. "The Effect of Financial Literacy, Parents' Social Economic and Student Lifestyle on Students Personal Financial Management." *Economic Education Analysis Journal* 10(3):522–31. doi: 10.15294/EEAJ.V10I3.50721.
- Nur, Maghfirah Hasda, Hartaty Hadady, and Muhsin N. Bailusy. 2022. "Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 10(1):298–305.
- OECD. 2012. "PISA 2012 Financial Literacy Assessment Framework." *Oecd* (April):1–39.
- Otto, Philipp E., Greg B. Davies, and Nick Chater. 2007. "Note on Ways of Saving: Mental Mechanisms as Tools for Self-Control?" *Global Business and Economics Review* 9(2–3):227–54. doi: 10.1504/GBER.2007.013703.
- Prasanti, Rahayu Putri &. Dewi Ade Irma Nurmala. 2020. "Dampak Drama Korea (Korean Wave) Terhadap Pendidikan Remaja." *Lectura : Jurnal Pendidikan* 11(2):275. doi: 10.35393/1730-006-002-014.
- Prasetyo, M. R. P., and U. P. Lestari. 2022. "Pengaruh Literasi Keuangan, Love of Money Dan Minat Investasi Di Pasar Modal Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta)."

*Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen* 3(1):1–11.

- Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. Dehaan, and Valerie Gladwell. 2013. “Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out.” *Computers in Human Behavior* 29(4):1841–48. doi: 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.
- Putri, Sulhan. 2023. “THE EFFECT OF LOVE OF MONEY, FOMO & SELF-CONTROL ON GENERATION Z PERSONAL FINANCIAL PLANNING WITH FINANCIAL LITERACY AS A MODERATING VARIABLE.” *Proceedings of the International Conference of Islamic Economics and Business (ICONIES)* 9(1):723–30.
- Rahmad Solling, Suhardi M, Hamid &. Anwar. 2019. *Structural Equatio Modeling (SEM) Berbasis Varian*. (Eds.): Pe. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Rasyid, Abdul. 2023. “The Influence of Lifestyle and Financial Literacy on Employee Financial Management.” 12(04):548–54. doi: 10.4108/eai.14-9-2020.2304486.
- Remund, David L. 2010. “Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy.” *Journal of Consumer Affairs* 44(2):276–95. doi: 10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x.
- Republika.com. 2023. “Polisi Tangkap Tersangka Penipuan Tiket Konser NCT Dream | Republika Online.” Retrieved January 10, 2024 (<https://news.republika.co.id/berita/rxl33t414/polisi-tangkap-tersangka-penipuan-tiket-konser-nct-dream>).
- Rey-Ares, Lucía, Sara Fernández-López, Sandra Castro-González, and David Rodeiro-Pazos. 2021. “Does Self-Control Constitute a Driver of Millennials’ Financial Behaviors and Attitudes?” *Journal of Behavioral and Experimental Economics* 93(August 2020). doi: 10.1016/j.socec.2021.101702.
- Ri’aeni, Ida, Musiam Suci, Mega Pertiwi, and Tias Sugiarti. 2019. “Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon.” *Communications* 1(1):1–26.
- Ricciardi, Simon. 2000. “What Is Behavioral Finance?” *Business, Education and Technology Journal* 1–9. doi: 10.1002/9780470404324.hof002009.
- Rosa, Ila, and Agung Listiadi. 2020. “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendidikan

- Keuangan Di Keluarga, Teman Sebaya, Dan Kontrol Diri Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi.” *Jurnal Manajemen* 12(2):244–52.
- 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*. Retrieved November 19, 2023 (<https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSBM/article/view/3578/2089>).
- Sampoerno, Alfrin Erman, and Nadia Asandimitra Haryono. 2021. “Pengaruh Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, Dan Risk Tolerance Terhadap Financial Management Behavior Pada Generasi Milenial Kota Surabaya.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 9(3):1002–14. doi: 10.26740/jim.v9n3.p1002-1014.
- Seoulspace.com. 2023. “The 10 Best Kpop Fandoms of All Time.” Retrieved February 25, 2024 ([https://seoulspace-com.translate.google.com/the-10-best-kpop-fandoms-of-all-time/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=id&\\_x\\_tr\\_pto=tc](https://seoulspace-com.translate.google.com/the-10-best-kpop-fandoms-of-all-time/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc)).
- Sera, D. N., E. Lilianti, and M. A. Arifin. 2022. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Universitas PGRI Palembang.” *Jurnal Edukasi: Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi* 10(2):96.
- Setyarsih, Esty. 2016. “Esty Setyarsih Hubungan Antara Fanatisme Penggemar Boyband Korea (Super Junior) Dengan Solidaritas Sosial Di Komunitas E.L.F Surakarta.”
- Shihab, M. Quraish. 2007. *Mu’jizat Al-Qur’an Ditinjau Dari Aspek Kebahasaan, Isyarat Ilmiah Dan Pemberitaan Ghaib*. Jakarta: Mizan.
- Shihab, Muhammad Quraish. 2002. *Tafsir Al Mishbah*. Jakarta: Lentera Hati.
- Simange, F. A., I. S. Saerang, and ... 2022. “Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Pengelolaan Karyawan Single Di Kota Manado Dengan Love of Money Sebagai Variabel ....” ... *Ekonomi, Manajemen* ... 10:471–80.
- Simarmata, Fetrik. 2021. “Efek Lifestyle Dalam Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perencanaan Keuangan.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1(10):1–208.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Susanto, Yosef Budi, Johan Setiawan, and Stefanus Ariyanto. 2022. “Financial Planning for Millennials and Gen-Z (Study of Millennials and Gen-Z Financial Behavior).” *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen* 14(1):156–68. doi:

10.31937/manajemen.v14i1.2533.

- Tambun, Sihar, and Erna Cahyati. 2023. "Self-Control Moderation on the Influence of Financial Behavior and Spiritual Intelligence on Financial Planning." *Saudi Journal of Economics and Finance* 7(1):33–40. doi: 10.36348/sjef.2023.v07i01.004.
- Tang, Thomas Li-Ping. 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.
- Tang, Thomas Li-ping, and Randy K. Chiu. 2003. "Income, Money Ethic, Pay Satisfaction, Commitment, and Unethical Behavior: Is the Love of Money the Root of Evil for Hoong Kong Employess?" *Journal of Business Ethics* 46((1)):13–30. doi: doi.org/10.1023/A:1024731611490.
- Tang, Thomas Li Ping, David Shin Hsiung Tang, and Roberto Luna-Arocas. 2005. "Money Profiles: The Love of Money, Attitudes, and Needs." *Personnel Review* 34(5):603–18. doi: 10.1108/00483480510612549.
- Tarigan, Azhari. 2012. *TAFSIR AYAT-AYAT EKONOMI AL-QUR'AN (Sebuah Eksplorasi Melalui Kata-Kata Kunci)*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Thaler, Richard. 1999. "The End of Behavioral Finance: Why Behavioral Finance Cannot Be Dismissed." *Financial Analysts Journal* 55(6):12–17.
- Tracy, Brian. 2010. *The Power of Self-Discipline*. Vanguard Press.
- Ulumudiniati, Mawalia, and Nadia Asandimitra. 2022. "Pengaruh Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, Love of Money Terhadap Financial Management Behavior: Lifestyle Sebagai Mediasi." *Jurnal Ilmu Manajemen* 10(1):51–67. doi: 10.26740/jim.v10n1.p51-67.
- Wahyuni, Sri Fitri, Radiman Radiman, and Ariska Ayu Nanda. 2023. "The Effect of Love of Money, Peer Group and Financial Literacy on Personal Financial Management in Management Study Program Students, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara." *Journal of International Conference Proceedings* 6(3):231–44. doi: 10.32535/jicp.v6i3.2564.
- Wardani, Dewi Kusuma, and Sainul Arif. 2023. *The Influence of Self Control And Understanding of "Tri Pantangan" Teaching on Student Personal Financial Management*. Atlantis Press SARL.
- Wulandari, and Luqman Hakim. 2015. "Pengaruh Love of Money, Pendidikan Keuangan Di Keluarga, Hasil Belajar Manajemen Keuangan, Dan Teman

- Sebaya Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa.” *Jurnal Pendidikan Akuntansi* 3(3):1–6.
- Wulandari, Sindy. 2018. “Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar K-Pop Di SMA Negeri 4 Surakarta.”
- Yesipah, Setiyawan S. 2023. “Pengaruh Literasi Keuangan, Lokus Kendali Dan Kebiasaan Belanja Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)* 3:53–60.
- Younas, Waqar. 2019. “How Leader-Follower Relations Influence Nurses’ Intention to Stay: An Investigation in a Thai Sample.” *Journal of Social Sciences Research* 5(1):183–89. doi: 10.32861/jssr.51.183.189.
- Yudha P, Theo dan Widodoatmodjo, Sawidji. 2023. “Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Orang Dewasa Belum Menikah Di DKI Jakarta.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 7:803–15.
- Yuniningsih. 2020. *Perilaku Keuangan Dalam Berinvestasi*. Vol. 2.
- Zuniarti, Maya, and Rochmawati. 2021. “Pengaruh Pembelajaran Akuntansi Keuangan, Pendidikan Keuangan Keluarga, Kontrol Diri Terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa Dengan Literasi Keuangan Sebagai Moderating.” *Akuntabel* 18(3):479–89.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH FOMO, *LOVE OF MONEY*, & *SELF CONTROL* TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada Penggemar K-pop Army Kota Malang)

#### Kriteria Responden

1. Tergabung dalam komunitas Penggemar K-Pop (Army) Malang
2. Pernah membeli produk-produk bertemakan K-pop

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

- |                                      |                                      |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> <18 tahun   | <input type="checkbox"/> 31-40 tahun |
| <input type="checkbox"/> 18-24 tahun | <input type="checkbox"/> >41 tahun   |
| <input type="checkbox"/> 25-30 tahun |                                      |

Pendidikan Terakhir :

- |                                  |                                   |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> SD      | <input type="checkbox"/> Sarjana  |
| <input type="checkbox"/> SMP     | <input type="checkbox"/> Magister |
| <input type="checkbox"/> SMA     | <input type="checkbox"/> Doktor   |
| <input type="checkbox"/> Diploma |                                   |

Status Pekerjaan :

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa | <input type="checkbox"/> Karyawan Swasta |
| <input type="checkbox"/> PegawaiPemerintah | <input type="checkbox"/> Wiraswasta      |
| <input type="checkbox"/> PNS               | <input type="checkbox"/> Tidak bekerja   |

Pendapatan Bulanan :

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Rp. 0-Rp. 500.000            | <input type="checkbox"/> Rp. 4.600.000 - Rp. 6.500.000 |
| <input type="checkbox"/> Rp. 600.000 – Rp. 2.500.000  | <input type="checkbox"/> >Rp.6.500.000                 |
| <input type="checkbox"/> Rp.2.600.000 – Rp. 4.500.000 |  |

Barang yang pernah dibeli dalam waktu dekat ini

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Album BTS      | <input type="checkbox"/> Photocard BTS |
| <input type="checkbox"/> Lightstick BTS | <input type="checkbox"/> Poster        |
| <input type="checkbox"/> Pakaian        | <input type="checkbox"/> Lainnya       |

Pengeluaran Tertinggi untuk:

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Tiket Konser BTS       | <input type="checkbox"/> Merchandise resmi BTS  |
| <input type="checkbox"/> Album/fisik BTS        | <input type="checkbox"/> Langganan fan club BTS |
| <input type="checkbox"/> Event Army/BTS lainnya |   |

### **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Pahami dengan baik setiap pertanyaan berikut, lalu pilihlah jawaban yang sesuai dengan keadaan Anda. Untuk melakukan ini, centang pada kolom jawaban yang Anda pilih dengan menggunakan teknik skala likert, yaitu:

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-ragu (R)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
<b><i>Fear of Missing Out (FoMO)</i></b>						
1	Ketika teman-teman saya membicarakan konser atau aktivitas terbaru dari BTS, saya merasa sangat ingin ikut serta atau setidaknya memiliki pengalaman serupa					
2	Saya merasa tertinggal ketika tidak dapat update berita terbaru tentang BTS dan mengikuti tren terkini Army					
3	Merasa tertekan ketika teman-teman memiliki merchandise atau tiket konser eksklusif					
4	Saya merasa khawatir ketika teman-teman dapat berpartisipasi dalam komunitas Army					
5	Merasa tidak nyaman ketika tidak mengetahui tentang suatu kegiatan atau event yang terjadi					

	diantara teman-teman					
<b><i>Love Of Money</i></b>						
7	Saya percaya bahwa memiliki koleksi merchandise BTS menjadikan hidup saya lebih berwarna dan menyenangkan					
8	Saya bersedia mengeluarkan sejumlah besar uang untuk membeli merchandise resmi BTS					
9	Saya melihat pembelian produk atau merchandise BTS sebagai bentuk pencapaian dan prestasi dalam hidup saya.					
10	Saya termotivasi untuk bekerja keras dan memiliki cukup uang agar bisa menghadiri konser BTS dan membeli lebih banyak merchandise BTS					
11	Saya termotivasi untuk mencapai prestasi dan pengakuan sebagai penggemar BTS yang berdedikasi					
12	Saya menganggap kekayaan sebagai sarana untuk mendapatkan pengalaman K-pop yang unik dan tidak dapat diakses oleh banyak orang					
<b><i>Self Control</i></b>						
13	Saya memiliki kemampuan untuk menahan diri dan tidak melakukan pembelian merchandise BTS secara impulsif tanpa pertimbangan yang					

	matang.					
14	Saya bisa mengontrol emosi dan tidak terlalu terpengaruh oleh perbandingan diri dengan penggemar BTS lain, terutama terkait dengan aspek finansial atau kekayaan					
15	Saya mampu menahan diri dari terlalu banyak membandingkan pencapaian atau koleksi merchandise BTS dengan penggemar lain, dan lebih fokus pada pencapaian pribadi jangka panjang					
16	Saya memiliki kemampuan untuk menetapkan rencana keuangan jangka panjang dan konsisten, meskipun ada godaan untuk mengalokasikan dana untuk hobi K-pop					
17	Saya memiliki kebiasaan untuk merenung dan mempertimbangkan konsekuensi financial sebelum mengambil keputusan pembelian merchandise BTS					
18	Saya mampu melihat konsekuensi jangka panjang dari tindakan atau keputusan terkait dengan keterlibatan dalam komunitas Army					
19	Saya mampu mengendalikan kebiasaan buruk mengeluarkan uang berlebihan untuk merchandise BTS dan hanya membeli yang benar-benar diperlukan					

20	Saya bisa mengendalikan kebiasaan buruk menghabiskan terlalu banyak waktu di media sosial untuk BTS					
21	Saya mampu menentukan batasan pengeluaran bulanan saya untuk kegiatan dan pembelian terkait K-pop					
22	Saya tidak selalu mengikuti setiap acara Army yang diadakan, dan hanya mengikuti ketika sesuai dengan minat saya					
<b>Literasi Keuangan</b>						
23	Saya mampu merencanakan anggaran bulanan saya dengan cermat, termasuk alokasi dana untuk kegiatan dan pembelian terkait BTS					
24	Saya memiliki rencana pengeluaran khusus untuk pembelian merchandise dan tiket konser BTS					
25	Saya memiliki kemampuan untuk menghindari utang atau penggunaan kredit yang tidak perlu terkait dengan aktivitas BTS					
26	Saya mampu menabung atau berinvestasi seiring dengan hobi K-pop saya, untuk menciptakan keseimbangan antara kesenangan sekarang dan kesejahteraan finansial masa depan					
27	Saya memahami bagaimana tagihan pajak dalam					

	pembelian merchandise BTS					
28	Saya memiliki pemahaman yang baik tentang risiko dan keuntungan dari pembelian barang K-pop secara online, termasuk aspek keamanan transaksi dan kemungkinan ketidakpuasan dengan produk					
<b>Pengelolaan Keuangan Pribadi</b>						
29	Saya memiliki kebiasaan untuk menilai apakah pembelian untuk barang-barang K-pop yang diinginkan itu benar-benar diperlukan atau hanya merupakan keputusan impulsif, sebelum mengeluarkan uang					
30	Saya merencanakan tabungan khusus untuk kegiatan k-pop dalam keuangan jangka panjang saya					
31	Saya memiliki rencana investasi jangka panjang yang konsisten, dan saya memasukkan alokasi dana khusus untuk kegiatan K-pop sebagai bagian dari strategi investasi saya					
32	Saya memiliki dana darurat, sehingga tetap tenang dan dapat menikmati aktivitas K-pop					
33	Saya melakukan evaluasi dan memperbarui jumlah dana darurat					
34	Saya tidak terlibat dalam hutang yang tidak perlu					

	untuk mendukung hobi K-pop saya					
35	Saya memperhitungkan bunga dan biaya lainnya sebelum mengambil hutang baru					

**Lampiran 2 Jawaban Responden**

**(X1) *Fear of Missing Out (FoMO)***

FoMO ( <i>Fear of Missing Out</i> )				
FM1	FM2	FM3	FM4	FM5
4	5	4	4	5
2	1	1	2	2
2	1	2	2	2
1	2	1	1	1
1	2	1	1	1
1	2	1	1	2
1	1	1	2	2
1	1	2	1	2
2	1	2	2	2
2	1	1	2	2
2	1	1	2	1
2	1	2	2	1
1	2	1	2	2
1	1	2	2	1
1	2	1	1	1
1	2	1	1	2
1	1	2	1	2
1	2	1	1	2
1	2	1	1	1
1	2	1	1	1
1	2	1	1	2
2	1	2	2	2
1	1	2	1	2
1	2	1	1	1
1	1	2	1	2
1	1	1	2	1
2	1	2	2	1
1	2	1	1	1
1	1	2	1	1
2	1	2	1	1

2	2	1	2	1
2	1	2	2	1
2	1	2	2	2
1	1	2	2	2
2	1	2	2	1
2	2	2	1	1
2	1	2	2	1
2	2	1	2	1
2	1	2	2	1
2	2	1	2	1
2	1	2	2	2
1	1	2	1	2
1	2	1	1	2
2	1	1	2	1
2	1	2	2	1
1	1	2	1	2
2	1	1	2	1
1	1	2	1	2
2	2	2	1	1
1	1	2	2	1
2	1	2	1	1
4	5	4	4	5
4	5	4	4	4
4	5	5	4	5
5	4	5	4	4
4	5	4	4	5
5	5	4	4	4
4	5	4	4	5
4	5	4	4	5
4	5	4	4	4
5	5	5	4	4
4	5	5	5	4
4	4	5	4	5
5	4	5	5	5
5	5	4	5	4
4	5	4	4	5
4	5	4	4	5

4	5	4	4	5
4	5	4	4	5
4	5	5	4	4
5	5	5	4	4
5	5	4	4	4
5	4	5	5	4
4	5	4	4	5
4	4	5	4	5
4	4	5	4	5
5	5	4	5	4
5	4	5	5	5
5	4	5	5	4
4	5	5	4	5
4	4	5	4	5
4	5	4	4	4
4	5	4	4	4
4	4	5	4	5
4	5	4	4	5
4	5	4	4	5
4	4	5	4	5
5	5	4	5	4
4	4	5	4	5
4	5	4	4	5
5	4	5	4	4
5	5	4	5	4
5	5	5	4	4
4	4	5	4	5
4	5	4	4	5
4	5	4	4	5
4	5	4	4	5
5	5	4	5	4
4	5	4	4	5
4	4	4	5	5
4	5	4	5	4
5	5	4	5	5
4	5	4	5	5
4	4	4	5	5

4	4	4	5	4
4	5	4	5	5
5	4	5	4	4
5	5	4	4	5
5	4	5	5	5
5	5	5	4	4
5	4	5	4	4
5	4	5	4	4
5	5	4	5	4
4	4	5	4	5
5	4	5	5	5
5	5	5	4	5
4	5	4	4	5
4	5	4	5	4
5	4	5	5	4
5	5	4	4	4
5	4	5	4	5
5	5	4	5	4
5	4	5	5	4
4	4	5	5	4
5	4	5	5	5
5	5	4	4	5
5	5	5	4	4
4	5	4	4	5
5	5	4	4	5
5	4	5	4	5
4	4	5	4	5
4	5	4	4	5
4	4	5	4	5
4	5	4	4	5
5	5	5	4	4
4	5	4	4	5
4	4	4	4	5
4	4	5	5	5
4	5	5	4	5
5	5	4	5	4
5	4	5	4	4

5	4	5	5	4
4	4	5	4	5
4	5	4	4	4
5	4	5	5	4
5	5	4	5	4
4	4	4	5	5
4	4	5	5	4
4	4	5	4	5
5	5	4	4	4
5	5	5	4	4
4	4	5	4	5
5	5	4	4	4
5	4	5	5	4
4	5	4	4	5
5	4	5	5	4
4	5	4	5	5
5	4	5	4	5
4	4	4	5	5
5	5	4	5	4
5	5	5	4	4
5	1	2	2	2
5	2	2	1	2
4	2	1	2	2
4	4	5	4	4
4	2	1	2	2
5	4	5	5	5
4	2	2	1	2
4	2	1	1	1
5	2	1	2	2
5	4	5	4	4
5	2	1	2	1
4	2	2	1	2
5	2	2	1	1
5	2	2	1	2
5	2	2	2	1
4	5	4	4	5
4	2	1	1	2

4	2	1	2	2
5	2	4	4	4
4	2	2	1	1
4	1	2	1	1
5	2	1	2	2
5	2	2	1	2
4	4	5	5	5
4	1	1	2	1
5	2	5	4	4
5	4	5	4	4
4	2	1	2	2
4	2	1	1	2
5	2	4	4	5
4	2	2	2	1
4	2	5	5	4
5	5	4	4	5
5	1	2	1	1
5	2	1	2	2
5	2	4	4	5
5	2	1	2	2
4	2	5	4	5
4	2	1	1	2
5	2	1	1	2
5	2	5	5	4
4	1	2	1	2
5	4	4	5	4
5	2	4	4	5
4	2	1	2	1
4	2	4	5	4
5	2	1	1	2
5	2	5	4	5
4	2	2	1	2
5	2	4	5	4
4	2	2	2	2
5	2	4	5	5
4	2	4	5	4
5	2	4	5	4

5	2	4	5	5
4	2	5	5	4
4	4	4	5	4
5	2	5	4	4
4	2	4	5	4
5	2	4	4	5
4	2	4	5	5
4	1	2	1	1
4	1	1	2	1
5	2	5	4	4
5	2	5	4	5
5	2	2	1	1
4	2	2	1	2
5	2	4	5	4
5	1	5	4	5
4	2	1	2	1
5	2	5	4	5
4	2	1	2	2
4	1	4	5	4
5	2	2	1	2
4	2	5	5	4
5	2	2	1	1
5	1	2	1	2
5	2	5	4	5
4	2	2	1	2
4	2	2	2	1
5	2	5	4	5
5	2	1	2	1
4	5	4	4	5
4	1	1	2	1
5	2	1	2	2
4	2	1	2	2
5	2	1	1	1
4	2	4	5	4
5	4	4	5	5
4	2	1	2	2
5	4	4	5	4

4	2	2	2	1
4	2	2	1	2
4	2	2	1	2
5	4	5	4	4
4	2	1	2	2
5	2	2	1	1
5	2	2	2	1
4	2	1	2	1
5	2	2	1	1
5	4	4	5	4
4	5	4	4	5
5	4	5	5	4
4	5	5	4	4
5	4	5	4	4
5	4	5	5	4
5	5	5	4	4
5	4	5	4	4
4	5	4	5	5
5	4	5	5	5
4	5	5	4	4
5	4	5	5	5
4	5	4	4	5
5	5	5	4	4
5	5	5	4	5
4	4	5	4	5
5	4	5	4	4
5	5	4	5	4
4	4	4	5	4
5	4	5	4	5
4	4	4	5	5
4	5	4	5	5

5	4	5	4	4
5	4	5	5	5
5	4	5	5	5
4	5	5	4	4
5	5	5	4	4
5	4	5	4	4
4	5	4	4	5
5	4	5	4	4
4	5	4	4	4
4	5	4	4	4
5	4	5	4	4
5	4	5	5	4
4	5	4	4	5
5	4	5	5	4
4	5	4	5	5
5	5	4	5	4
4	5	4	4	5
4	4	4	5	5
4	5	4	4	5
4	4	5	5	4
4	4	5	4	5
4	5	4	4	4
4	4	5	4	5
5	4	5	4	4
5	4	5	5	5
5	5	4	4	5
4	5	4	4	4
4	5	4	4	4
5	4	5	5	4
4	5	4	5	5
5	4	5	5	4
5	4	5	5	4
5	5	5	4	4
5	4	5	4	4
4	4	5	4	5
4	5	5	5	4
5	4	5	4	4

5	4	5	5	4
4	4	5	4	5
4	5	4	4	5
5	4	5	4	4
4	5	4	4	5
4	5	4	4	5
5	4	5	4	4
5	5	4	5	4
4	5	5	4	4
5	4	5	4	4
4	4	5	4	5
5	4	5	4	4
4	5	4	4	5
4	5	4	5	5
5	4	5	5	5
5	5	4	5	4
5	4	5	5	4
4	4	4	5	5
5	5	4	5	4
4	5	4	4	5
5	4	5	4	4
5	4	5	4	4
5	4	5	4	4
4	5	4	5	4
5	5	4	4	5
5	4	5	4	4
5	4	5	5	4
5	4	5	5	4
5	4	5	4	4
4	5	4	4	5
4	5	4	4	5
4	4	5	4	5
5	4	5	4	4

4	5	5	4	4
5	4	5	5	4
5	4	5	5	5
4	5	5	4	5

***Love of Money (X2)***

<i>Love of Money</i>					
LoM1	LoM2	LoM3	LoM4	LoM5	LoM6
4	5	4	5	4	4
1	1	1	2	1	2
1	2	1	1	2	1
2	2	1	2	1	1
2	2	1	2	1	2
1	2	2	1	1	1
1	2	1	1	2	1
2	2	1	2	1	1
1	1	2	1	1	2
1	1	2	1	2	1
2	1	2	2	1	1
2	1	2	1	2	2
1	1	2	1	2	1
1	2	1	2	2	1
2	2	1	2	1	1
1	1	1	2	2	1
2	1	1	1	2	2
1	1	2	1	2	2
2	2	1	2	2	1
2	2	1	2	1	1
2	1	2	1	1	2
1	2	1	1	1	2
2	1	1	2	1	2
2	1	2	2	1	2
2	1	1	1	2	2
1	2	2	1	2	1

1	1	2	2	2	1
2	2	1	2	1	1
2	1	2	1	2	2
2	2	2	1	1	2
1	1	2	1	2	1
1	2	1	1	2	2
1	1	2	1	2	1
1	2	1	2	2	1
1	1	1	2	2	1
1	2	1	2	2	1
1	1	1	2	2	1
1	1	2	2	2	1
1	1	2	1	2	2
1	1	2	1	2	2
1	1	2	1	2	2
2	1	1	2	2	1
1	2	2	2	1	1
2	2	2	1	1	2
2	1	1	1	2	2
2	1	1	2	1	2
2	2	2	1	1	2
2	2	1	1	1	2
2	1	2	2	1	2
1	2	1	1	1	2
2	2	2	1	1	2
4	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	5
5	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5

4	4	5	5	4	5
4	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5
4	5	5	5	4	4
4	5	4	4	5	4
4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5
5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	5
4	4	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5
4	5	4	5	4	4
4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5
5	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4
5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4
4	5	5	5	4	4
4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	4	5
4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5

4	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5
4	5	4	5	4	4
4	4	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5
5	5	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	4	5
5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	4
4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	4
4	4	5	5	5	4
4	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5
4	4	4	5	5	5
5	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5
4	5	4	4	4	5

4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4
5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	4
5	4	5	5	5	4
4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5
4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5
4	4	4	5	5	4
5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5
4	2	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5
4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4
5	3	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4
4	5	5	4	4	5
4	5	4	5	4	5
4	4	5	5	4	4

4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	4
5	3	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4
4	5	4	4	5	4
4	2	4	5	5	4
5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	4
5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	4	5
5	4	5	5	4	4
4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	4
5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	4
5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4
5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5
5	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	4

4	4	5	5	4	5
4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	4
4	3	5	4	5	4
5	4	5	4	5	5
4	4	5	5	4	4
4	3	5	5	5	4
5	4	5	5	4	4
5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4
4	4	5	5	5	4
4	4	5	5	4	4
4	3	5	4	5	4
4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	5	5
5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5
5	4	4	5	5	4
4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	5	5
4	4	4	5	5	4
4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4

5	4	5	4	5	5
4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4
4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4
3	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4
4	5	5	5	4	5
5	5	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	5
4	3	5	4	3	5
4	3	5	3	4	4
5	3	4	5	4	4
5	3	3	4	5	5
4	3	5	4	3	5
5	3	5	4	4	5
5	5	5	4	5	3
4	3	5	4	4	5
4	3	5	4	4	5
3	5	4	4	3	5
4	5	3	4	5	4
4	3	5	3	5	5
5	3	5	5	3	4
4	4	5	4	5	3
4	4	3	5	3	4
5	5	5	3	3	4
5	5	5	4	3	3
3	5	4	3	5	4
5	4	5	3	5	4
4	3	4	4	3	5
4	3	5	4	4	3
4	4	3	4	5	3
4	3	5	4	5	3

4	3	5	4	3	4
5	5	3	4	4	3
5	4	5	3	4	3
4	4	4	5	3	4
4	3	5	4	3	5
4	4	3	5	3	4
3	3	5	4	5	4
5	3	5	4	4	3
5	4	5	3	5	5
5	5	5	3	4	3
4	3	5	5	4	3
5	5	5	3	3	4
5	3	4	4	5	3
5	4	3	5	3	4
4	3	5	5	3	4
4	3	5	5	4	3
4	3	5	4	5	3
4	3	5	3	4	4
4	3	5	4	4	3
4	4	3	3	5	4
4	4	3	5	3	4
4	4	5	3	5	3
4	3	4	5	5	4
4	5	4	5	3	3
5	4	4	5	3	5
5	5	3	5	4	5
5	5	4	5	3	4
5	5	3	5	3	4
4	5	3	4	4	3
3	5	4	4	3	5
5	3	5	4	4	5
5	3	5	4	4	3
4	3	5	4	3	5
4	3	5	4	3	4
4	3	5	3	4	4
4	5	3	4	4	3
4	5	3	4	5	4

5	3	5	4	4	3
4	4	5	3	5	4
4	4	5	5	3	4
5	3	4	4	5	3
4	5	4	5	3	3
4	3	5	5	4	5
4	3	5	5	3	4
5	3	4	4	5	4
4	4	3	5	3	4
4	3	5	4	5	3
5	5	3	4	5	4
4	5	5	3	4	3
4	5	4	5	5	3
5	3	5	4	5	4
4	4	3	5	3	4
4	4	4	5	3	3
4	3	5	4	5	3
4	3	5	4	3	5
4	4	5	3	5	4
4	5	3	5	4	3
5	3	5	5	5	4
4	4	5	5	3	3
3	5	4	4	5	3
5	3	5	4	3	5
5	3	5	4	5	3
5	4	5	4	3	3
5	5	5	4	3	4
4	4	4	5	5	3
4	3	5	3	4	4
3	5	4	4	5	3
4	3	5	3	4	4
3	4	4	5	3	4
3	5	4	5	5	3
4	5	3	4	5	3
4	3	5	5	4	5
4	3	3	5	4	5
5	3	5	4	4	3

4	4	3	5	4	5
3	4	4	4	5	5
3	3	4	5	4	4
4	3	5	5	3	4
4	5	3	4	4	5
4	3	5	4	5	3
4	4	5	3	5	4
4	3	5	3	4	4

*Self Control (X3)*

<i>Self Control</i>									
SC1	SC2	SC3	SC4	SC5	SC6	SC7	SC8	SC9	SC10
1	2	1	2	1	2	1	2	2	1
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4	5	4	5	5

4	4	4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
4	4	4	5	2	4	5	5	4	4
4	5	4	4	5	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
1	2	1	1	3	2	2	3	1	1
1	1	2	3	2	1	1	2	2	3
1	2	1	1	3	1	2	2	3	3
1	3	2	2	1	2	3	1	1	2
2	2	1	3	1	2	2	3	1	2
1	1	2	1	2	3	1	2	2	1
1	2	1	2	2	1	2	1	1	1

2	1	2	2	2	1	1	2	1	2
1	1	2	1	2	2	1	1	1	3
2	1	3	2	2	1	1	3	2	3
2	3	3	2	1	2	3	1	1	2
3	1	2	2	3	2	3	1	1	2
2	1	2	2	3	1	3	3	2	3
2	1	2	2	3	1	3	2	2	3
2	1	2	2	2	1	1	3	3	1
2	1	3	2	1	2	2	3	1	2
2	1	2	3	2	2	2	3	1	1
2	2	3	1	3	2	2	1	2	3
2	2	3	1	2	1	3	3	2	1
2	1	3	2	2	3	1	1	3	2
2	1	2	2	3	3	1	2	1	1
2	1	3	2	2	1	3	1	1	2
3	1	2	2	1	1	3	2	3	1
2	2	1	1	3	2	3	1	1	2
3	1	2	2	1	1	1	2	3	2
2	1	2	2	3	1	2	1	3	3
2	1	2	2	3	1	2	3	1	1
2	1	2	2	3	1	1	2	3	1
2	2	1	3	1	2	2	3	1	1
2	1	1	2	1	3	2	1	2	3
3	1	1	2	2	2	1	3	1	2
2	2	1	2	1	3	2	3	2	1
2	1	2	2	1	1	1	3	2	3
2	1	2	2	3	1	1	2	3	1
2	1	3	2	2	2	1	2	1	1
2	2	1	3	2	1	1	2	3	1
2	2	1	1	1	3	1	2	3	2
2	2	1	2	3	1	2	2	1	3
3	1	2	2	1	3	2	1	2	2
2	2	1	3	1	2	2	1	3	2
3	2	2	1	3	2	3	1	1	2
2	2	1	2	1	3	1	2	2	3
2	1	3	2	3	1	1	2	1	2
2	2	1	2	1	3	2	1	2	2

2	3	1	1	2	1	3	2	1	3
2	2	1	2	3	1	2	2	1	3
2	2	3	1	2	2	1	3	2	1
2	2	1	1	3	2	3	1	1	2
2	2	1	1	1	2	3	2	1	3
2	2	3	1	2	1	3	3	2	2
1	2	1	3	2	2	1	3	2	1
2	2	1	3	2	3	3	1	1	2
1	2	1	3	3	2	2	1	2	1
2	2	3	1	2	3	3	1	1	2
2	2	3	1	3	2	2	1	1	3
3	2	3	3	1	1	2	1	3	2
1	1	1	3	2	1	3	2	2	3
2	1	2	2	3	1	2	2	1	3
2	3	1	2	1	1	3	2	3	1
2	2	1	2	3	3	1	1	2	1
2	1	2	2	2	1	2	1	1	1
2	2	1	2	1	1	2	1	1	2
1	2	2	2	1	1	2	1	2	2
2	2	1	1	1	2	1	2	2	1
1	1	2	1	2	2	1	1	1	2
1	1	2	1	2	2	1	2	1	1
1	1	2	1	1	1	2	2	1	2
1	1	2	1	1	1	1	2	2	1
2	2	1	1	1	2	1	2	1	1
2	1	1	2	2	2	1	2	1	1
1	2	1	1	1	1	2	2	1	2
2	2	2	1	1	2	1	1	1	2
2	1	2	2	1	1	1	2	2	1
1	1	1	2	2	1	2	1	2	2
1	2	1	2	2	2	1	1	2	1
2	2	1	2	1	1	1	2	2	2
2	2	1	2	1	1	2	2	2	1
1	2	1	2	2	2	1	1	2	1
1	2	2	1	1	1	2	2	1	2
2	1	2	2	2	1	2	1	1	2
1	2	1	1	1	2	2	1	2	1

2	2	1	2	1	1	1	2	2	2
1	2	1	1	1	2	2	1	2	1
2	2	1	2	1	2	2	1	1	2
2	1	1	2	2	2	1	2	1	1
2	2	1	1	1	2	2	1	2	1
2	2	1	2	1	1	1	2	2	2
2	2	1	1	1	2	1	2	1	1
1	2	1	2	2	2	1	1	2	1
1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
1	1	2	1	2	1	1	1	2	2
1	2	1	1	2	2	2	1	1	2
2	2	1	2	1	1	1	2	2	1
1	1	2	1	2	2	1	2	1	1
1	2	1	2	2	2	1	1	2	1
2	1	1	1	2	2	1	2	1	1
2	1	2	2	1	1	1	2	1	2
2	2	1	2	1	1	1	2	2	1
1	1	1	2	2	1	2	1	1	2
2	2	1	1	1	2	1	2	2	1
2	1	2	2	1	1	1	2	1	2
1	2	1	1	1	2	1	2	2	2
2	2	1	2	1	1	1	2	2	1
1	2	1	1	1	1	2	2	1	1
2	1	1	2	2	2	1	1	2	1
2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
1	1	1	2	2	1	1	2	2	1
1	2	1	1	2	2	1	2	1	1
2	2	1	2	1	1	2	2	1	2
1	1	2	1	2	1	1	1	2	2
5	4	4	5	5	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5	5	4	4	5

5	4	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
5	4	4	5	5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
5	4	4	4	5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4	4	4
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5

4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	5	4	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5

5	4	4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
5	5	4	5	3	5	4	4	5	3
5	3	5	4	4	3	5	4	5	4
4	5	4	3	5	4	3	4	5	5
5	5	3	5	4	5	4	3	4	5
5	5	5	3	5	3	4	4	3	5
5	4	5	3	4	4	5	3	4	5
4	3	5	5	4	5	3	4	4	5
5	4	5	4	4	3	5	3	4	4
5	3	5	4	4	5	3	4	4	5
4	5	3	4	4	5	3	4	4	5
5	5	4	5	3	3	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4	3	4	5	5
5	4	3	5	3	4	4	5	3	5
3	4	3	5	5	4	5	3	4	4
4	3	5	5	3	4	5	4	5	5
4	5	3	4	4	5	3	5	4	4
4	5	4	3	5	3	4	4	3	5
4	4	3	5	3	4	4	5	4	5

4	4	5	3	4	3	5	5	4	5
5	5	4	5	4	3	5	5	4	3
4	5	3	4	5	5	3	3	4	5
4	4	5	4	5	3	5	3	4	4
5	3	4	4	5	4	3	3	5	4
5	5	4	5	4	5	3	3	3	4
5	4	5	5	5	3	4	3	5	4
5	4	5	5	5	3	5	4	4	3
3	4	5	5	4	5	4	3	4	5
5	4	5	4	5	3	4	4	5	3
4	5	4	5	5	3	4	3	5	5
4	3	4	5	4	4	5	5	3	4
4	5	4	5	3	5	3	3	4	5
4	5	4	4	3	5	3	4	4	4
5	4	5	4	3	3	4	3	5	5
4	5	4	5	5	3	4	5	3	3
4	5	4	4	5	3	5	4	4	3
5	5	4	5	3	4	3	5	5	4
4	4	5	4	5	3	5	4	4	3
3	5	4	5	5	5	3	4	3	5
4	3	3	5	4	5	4	3	5	3
5	5	5	4	4	5	3	3	4	3
5	4	3	4	4	5	5	3	5	3
4	5	5	3	5	4	3	5	5	3
5	4	5	3	3	4	3	5	4	5
4	3	5	5	4	5	3	4	5	4
4	4	5	3	4	3	3	4	4	5
4	5	4	3	5	3	4	4	3	5
4	3	5	5	4	5	3	4	5	3
5	5	4	4	4	3	5	4	5	3
4	4	5	3	5	5	4	5	4	3
4	3	5	4	4	3	3	5	5	4
4	3	5	5	4	5	3	3	5	4
5	5	4	5	3	4	5	4	3	3
5	4	5	5	3	4	3	3	5	4
5	4	5	5	3	3	4	3	5	5
4	5	4	5	5	3	4	3	4	5

5	5	4	5	3	3	5	4	5	3
5	5	4	5	4	3	3	4	5	3
5	4	5	5	3	5	4	4	5	3
5	4	5	3	5	3	3	4	5	3
4	3	5	4	5	3	3	5	5	3
4	3	5	5	3	4	4	5	3	4
4	5	3	3	4	5	4	4	3	3
3	5	4	4	3	5	4	5	5	3
5	4	5	4	4	3	5	4	3	4
4	3	5	4	4	3	3	5	4	3
4	4	5	4	5	3	4	5	3	4
5	4	5	4	3	5	4	5	5	3
4	3	5	4	3	4	4	5	5	3
4	4	4	5	5	4	5	3	3	3
4	3	5	5	4	5	4	3	4	4
5	3	4	4	5	4	3	4	5	4
4	4	5	3	4	5	5	3	3	4
5	3	4	5	4	3	3	5	4	3
4	4	5	3	4	4	5	3	5	4
4	4	5	3	5	4	5	3	4	3
5	4	5	4	4	3	5	3	5	4
4	4	5	4	5	4	3	5	3	4
5	4	5	3	4	4	5	5	4	3
5	5	4	5	3	5	4	5	5	3
4	5	4	4	3	5	5	3	4	3
4	5	3	4	4	5	5	3	4	3
4	5	4	5	5	3	5	4	5	3
5	4	5	4	4	3	5	3	4	4
5	5	5	4	4	3	5	3	4	4
4	4	3	5	5	4	5	3	4	4
4	3	3	5	4	5	3	4	3	5
4	3	4	5	5	4	3	5	5	3
4	4	3	5	3	4	5	4	5	3
5	4	5	5	3	4	3	4	4	5
4	4	4	5	5	3	5	4	4	3
5	4	5	5	3	5	4	5	3	4
5	5	4	5	3	3	5	4	5	3

4	4	5	4	3	5	3	3	4	3
5	5	4	5	3	3	5	4	5	4
4	3	5	3	4	4	5	4	5	3
4	3	5	5	4	4	5	3	5	3
5	5	4	5	3	4	5	4	4	3
5	4	5	5	4	3	5	4	3	3
5	3	4	5	4	3	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5	3	5	4	3
4	5	3	5	5	4	5	3	4	4
5	4	5	5	3	4	5	3	4	4
5	5	4	5	3	5	5	4	5	3
5	4	5	4	4	3	3	4	5	3
5	5	4	5	3	4	5	3	3	4

### Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)

Pengelolaan Keuangan Pribadi						
PKP1	PKP2	PKP3	PKP4	PKP5	PKP6	PKP7
4	3	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5
4	5	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4
4	4	4	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5	4
5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4
5	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4

4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	4	4	5
4	4	5	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5	5
5	5	4	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5
5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4
5	5	4	4	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5

5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	5
5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5
4	4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5	5
4	4	5	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	4	5
5	5	4	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5
4	5	5	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
4	5	4	4	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4
4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	3	4	4
4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4	5

4	4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	5	4	4
5	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4
2	3	1	2	2	1	1
2	2	3	1	2	2	3
3	1	1	2	2	3	1
3	2	3	1	1	2	2
1	1	2	1	3	1	2
1	2	1	3	1	2	2
2	2	1	1	1	3	2
2	2	1	1	2	1	3
2	3	1	1	1	2	2
2	1	2	3	1	1	2
4	5	4	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	5	4
4	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4

5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	5	4
4	4	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	5	4
5	4	5	4	4	4	5
5	5	5	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5
5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4	4
5	5	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5	4
5	4	4	5	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5

5	4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4
5	4	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	4	4	5
5	5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5
5	5	4	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	5
5	4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4

4	4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	4	5
4	4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4
4	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	4	5

5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5
4	4	5	5	4	5	5
4	5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4	4
4	4	5	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4	5
4	5	5	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	5	4	5
4	4	4	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4
5	5	4	4	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4

5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	5	4	4
4	5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	4	4	5	4
5	5	4	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5
5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5

5	4	5	4	4	5	4
5	5	4	4	5	4	5
5	5	4	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5	5
5	5	4	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
4	4	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	4	4	5
5	5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	4	4
5	4	5	4	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	5	5
4	4	4	5	4	5	4
5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5

5	5	4	5	3	4	4
5	4	5	5	4	5	3
5	4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5	5
5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	4	5
5	5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	5	4	5
4	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	4	4
5	5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5	5

### Literasi Keuangan (Z)

Literasi Keuangan					
LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	LK6
4	5	5	4	2	1
4	4	5	4	5	5
5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	5	4
5	5	4	4	5	4
4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5

5	5	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4
5	4	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	4	5
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5
4	5	5	5	4	5
5	4	5	5	4	4
5	5	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5
4	5	5	4	4	5
4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4
4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4

5	4	5	4	5	5
5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4
5	4	5	5	5	4
4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4
4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	5	5
5	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	3	4	5
4	4	5	4	5	5

4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4
4	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	5
2	2	1	3	2	1
2	3	1	2	1	1
2	3	1	2	2	3
3	1	2	2	1	1
3	2	3	2	2	1
2	3	1	2	2	1
2	1	2	2	1	3
2	2	1	1	3	2
2	2	1	2	3	1
3	2	3	1	2	2
4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	4
4	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4
4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5
5	5	4	4	5	4

4	5	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4
5	5	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5
4	5	5	4	4	4
4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	4
4	5	4	4	5	4
4	4	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4
5	5	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5
4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	5
4	4	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	5
5	4	5	5	5	4

4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	5	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5
4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5
5	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5
5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5
5	4	4	4	5	5
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	5	4

4	5	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4
4	4	5	4	5	5
4	4	5	5	4	5
4	5	4	4	5	4
5	5	4	4	5	4
4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	5
4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4
4	5	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5

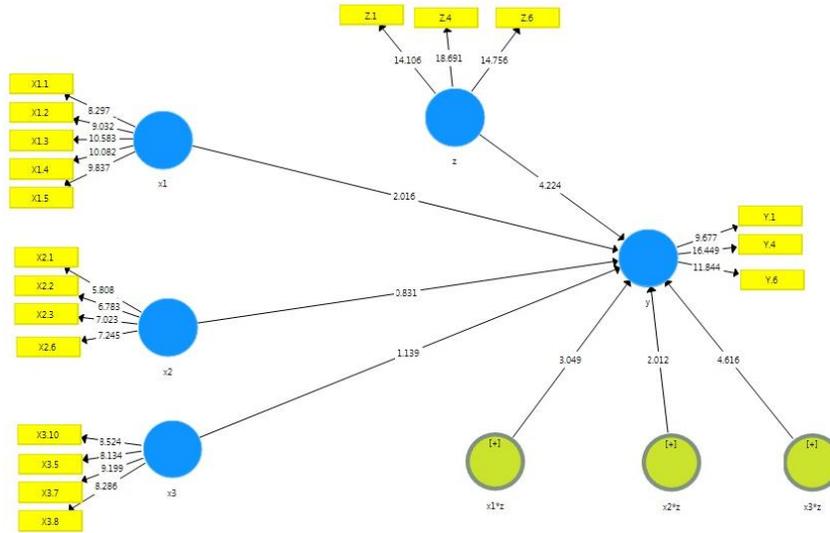
5	4	4	5	4	5
5	4	5	5	4	5
5	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4
5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4
5	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4
5	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5
4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4
5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5
5	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5

5	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5
5	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	5
4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4
4	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	5
5	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	4
5	5	5	4	4	4

4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5
5	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	4
5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	5
4	5	4	4	4	5
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4
4	4	5	5	5	4
4	4	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5
5	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	4
5	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	4
5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5

5	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5
5	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5
5	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5
5	5	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5
4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	5	4
4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	5	5
5	5	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4

### Lampiran 3 Hasil Uji Smart PLS



Hasil Pengujian *Convergent Validity* (Loading factor indikator)

	FM	LOM	SC	PKP	LK
FM1	0,722				
FM2	0,847				
FM3	0,921				
FM4	0,928				
FM5	0,927				
LOM1		0,849			
LOM2		0,891			
LOM3		0,840			
LOM6		0,897			
SC10			0,892		
SC5			0,896		
SC7			0,880		
SC8			0,918		
PKP1				0,803	
PKP4				0,783	
PKP6				0,783	
LK1					0,793
LK4					0,789
LK6					0,794

Hasil Uji *Diskriminan Validity*

1. Fornell-Lacker Criterion

	<i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	<i>Love of Money</i>	<i>Self Control</i>	Pengelolaan Keuangan Pribadi	Literasi Keuangan
<i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	0,873				
<i>Love of Money</i>	0,685	0,870			
<i>Self Control</i>	0,541	0,427	0,897		
Pengelolaan Keuangan Pribadi	0,100	0,082	0,166	0,789	
Literasi Keuangan	0,157	0,124	0,315	0,626	0,792

## 2. Cross Loading

	<b>x1</b>	<b>x2</b>	<b>x3</b>	<b>y</b>	<b>z</b>	<b>x1*z</b>	<b>x2*z</b>	<b>x3*z</b>
<b>X1.1</b>	<b>0,722</b>	0,853	-0,291	-0,086	-0,056	0,066	0,169	0,060
<b>X1.2</b>	<b>0,847</b>	0,518	-0,621	-0,080	-0,184	0,094	0,039	0,057
<b>X1.3</b>	<b>0,921</b>	0,528	-0,476	-0,070	-0,120	0,140	0,065	0,062
<b>X1.4</b>	<b>0,928</b>	0,523	-0,465	-0,095	-0,151	0,111	0,028	0,069
<b>X1.5</b>	<b>0,927</b>	0,557	-0,507	-0,100	-0,166	0,116	0,070	0,065
<b>X2.1</b>	0,646	<b>0,849</b>	-0,363	-0,012	-0,072	0,128	0,205	0,012
<b>X2.2</b>	0,568	<b>0,891</b>	-0,395	-0,094	-0,147	0,039	0,140	0,090
<b>X2.3</b>	0,646	<b>0,840</b>	-0,328	-0,059	-0,066	0,085	0,192	0,047
<b>X2.6</b>	0,598	<b>0,897</b>	-0,390	-0,062	-0,097	0,077	0,214	0,030
<b>X3.10</b>	-0,505	-0,352	<b>0,892</b>	0,118	0,285	0,110	0,099	-0,184
<b>X3.5</b>	-0,474	-0,400	<b>0,896</b>	0,110	0,252	0,046	0,050	-0,148
<b>X3.7</b>	-0,485	-0,398	<b>0,880</b>	0,120	0,256	0,074	0,068	-0,155
<b>X3.8</b>	-0,485	-0,387	<b>0,918</b>	0,207	0,314	0,122	0,137	-0,226
<b>Y.1</b>	-0,048	-0,076	0,139	<b>0,803</b>	0,428	0,466	0,318	-0,543
<b>Y.4</b>	-0,125	-0,058	0,115	<b>0,783</b>	0,544	0,485	0,330	-0,539
<b>Y.6</b>	-0,054	-0,061	0,142	<b>0,783</b>	0,493	0,459	0,321	-0,576
<b>Z.1</b>	-0,150	-0,121	0,338	0,411	<b>0,793</b>	0,364	0,292	-0,480
<b>Z.4</b>	-0,058	-0,044	0,172	0,515	<b>0,789</b>	0,405	0,354	-0,533
<b>Z.6</b>	-0,168	-0,132	0,256	0,542	<b>0,794</b>	0,475	0,387	-0,607
<b>x1 * z</b>	0,120	0,075	0,105	0,597	0,529	<b>1,000</b>	0,698	-0,740
<b>x2 * z</b>	0,085	0,202	0,108	0,410	0,440	0,698	<b>1,000</b>	-0,640
<b>x3 * z</b>	0,072	0,066	-0,207	-0,701	-0,689	-0,740	-0,640	<b>1,000</b>

3. *Average Variance Extracted (AVE)*

	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
(X1)	0,761
(X2)	0,756
(X3)	0,804
(Y)	0,623
(Z)	0,627

Hasil Uji R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0,558	0,550

Hasil Uji *Composite reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (Rho_A)</i>
<i>Fear of Missing Out (X1)</i>	0,919	0,941
<i>Love of Money (X2)</i>	0,903	0,925
<i>Self Control (X3)</i>	0,922	0,942
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0,700	0,832
Literasi Keuangan (Z)	0,706	0,835

Hasil Uji *Path Coefficient (Bootstrapping)*

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

## Lampiran 4 Bukti Bebas Plagiarisme



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI**

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### **SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M

NIP 198710022015032004

Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Risma Alifia Khoirunnisa

NIM 200501110129

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

**PENGARUH FoMO, LOVE OF MONEY, SELF CONTROL TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Penggemar K-Pop Army Kota Malang)**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

<b>SIMILARTY INDEX</b>	<b>INTERNET SOURCES</b>	<b>PUBLICATION</b>	<b>STUDENT PAPER</b>
<b>19%</b>	<b>19%</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Juni 2024

UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M

## **Lampiran 5 Data Diri Penulis**

Nama Lengkap : Risma Alifia Khoirunnisa  
Tempat, Tanggal Lahir : Jombang, 15 Maret 2002  
Alamat Asal : RT 28 RW 10 Desa Gembleb Kecamatan Pogalan  
Kabupaten Trenggalek  
Alamat Domisili : PP. Al Azkiya' Jl. Joyosuko Metro Gg 2 No. 48 RT  
09 RW 12 Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota  
Malang  
Telepon/Hp : 081214866418  
E-mail : [rismakhoirunnisa2122@gmail.com](mailto:rismakhoirunnisa2122@gmail.com)

### **Pendidikan Formal**

2006-2007 : RA Syafaat Tembelang Jombang  
2007-2008 : TK Iskandar Said Surabaya  
2008-2009 : SD Islam Iskandar Said Surabaya  
2009-2014 : SDN 2 Gembleb  
2014-2017 : MTsN 1 Trenggalek  
2017-2020 : MAN 1 Trenggalek  
2020-2024 : Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim  
Malang

### **Pendidikan Non Formal**

2020-2021 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab Universitas  
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
2021-2022 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim  
Malang

### **Pengalaman Organisasi**

- Anggota Kader Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Malang
- Anggota Kader PMII Rayon Ekonomi Moch. Hatta
- Anggota Triscom (Trenggalek Islamic Student Community)

### **Aktifitas dan Pelatihan**

- Peserta Acara Sekolah Pasar Modal Advance Level Yang diadakan Oleh Galeri Investasi Syariah UIN Malang 2023
- Peserta Acara Sekolah Pasar Modal Intermediate Level Yang diadakan Oleh Galeri Investasi Syariah UIN Malang 2023
- Peserta Pelatihan Sertifikasi Pajak BREVET A&B Yang Diadakan Oleh Bina Muda Inspira Training Center & Reasearch Tahun 2023
- Peserta Pelatihan Sertifikasi Halal UIN Malang 2024

## Lampiran 6 Jurnal Bimbingan Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI**

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

---

### JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

#### IDENTITAS MAHASISWA:

NIM 200501110129  
Nama : Risma Alifia Khoirunnisa  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Dosen Pembimbing : Puji Endah Purnamasari, M.M  
Judul Skripsi : PENGARUH FoMO, *LOVE OF MONEY*, *SELF CONTROL* TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Penggemar K-Pop Army Kota Malang)

#### JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	27 Oktober 2023	Konsultasi Outline	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	30 November 2023	<i>Diskusi Terkait Subjek &amp; Lokasi Penelitian</i> Diskusi Penelitian Terdahulu Diskusi Terkait Indikator dan Item Pertanyaan	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi

3	8 Februari 2024	Konsultasi Bab 1,2, dan 3	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	13 Februari 2024	Revisi Bab 1,2, dan 3	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
5	14 Februari 2024	ACC Proposal Skripsi	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	14 Mei 2024	Bimbingan Bab 4	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
7	27 Mei 2024	Bimbingan Bab 4 & 5	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
8	6 Juni 2024	Konsultasi Keseluruhan Skripsi	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
9	8 Juni 2024	Konsultasi Rumah Jurnal	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
10	15 Juni 2024	Konsultasi Jurnal -LoA jurnal keluar	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi

Malang, 15 Juni 2024

Dosen Pembimbing



**Puji Endah Purnamasari, M.M**