

Hubungan Antara *Impulse Buying* Dengan *Financial Well-Being* Pada Wanita *Early Career*

Anastasia Yolanda

Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya

Cicilia Larasati Rembulan^{*1}

Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya

Abstract. *The research aimed to examine relationship between impulse buying and financial well-being in early career women. We use Charge Financial Distress/Financial Well-being Scale (IFDFW) developed by Prawitz et al (2006) to measure financial well-being, and Buying Impulse Scale (BIS) constructed by Rook dan Fisher (1995) to measure impulsive buying. Through several testing, we concluded that these questionnaires have good validity and reliability. Using pearson product moment correlation test to 50 early career women from a company in Surabaya, the research revealed that there is significant relationship between impulsive buying and financial well-being. Hasil penelitian ini memiliki implikasi dalam hal perilaku ekonomi pada wanita awal karir.*

Keywords: *financial well-being, impulse buying, early career women*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk melihat keterkaitan antara pembelian impulsif dan kesejahteraan finansial pada wanita awal karir. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kesejahteraan finansial adalah Skala InCharge Financial Distress/Financial Well-being Scale (IFDFW) milik Prawitz et al (2006) , sedangkan skala untuk mengukur pembelian impulsif adalah Skala Buying Impulse Scale (BIS) yang dibentuk oleh Rook dan Fisher (1995). Setelah melalui pengujian, keduanya telah memiliki validitas dan reliabilitas yang baik. Dengan melakukan pengujian terhadap 50 wanita dari sebuah perusahaan di Surabaya, hasil uji hipotesis terhadap 50 wanita awal karir menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara pembelian impulsif dan kesejahteraan finansial pada wanita awal karir. Hasil penelitian ini memiliki implikasi dalam hal perilaku ekonomi pada wanita awal karir.*

Kata kunci: *kesejahteraan finansial, pembelian impulsif, wanita awal karir*

¹ **Korespondensi:** Cicilia Larasati Rembulan. Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya, UC Town, CitraLand, Surabaya, 60219. Email: crembulan@ciputra.ac.id.

Seiring berjalannya waktu kehidupan manusia semakin berkembang dan terjadi banyak perubahan dibandingkan dengan zaman tradisional dulu. Pada zaman tradisional para pria pergi bekerja dan mengurus hal-hal finansial karena mereka adalah kepala rumah tangga sedangkan wanita hanya mengerjakan pekerjaan sehari-hari sebagai ibu rumah tangga. Sekarang di era globalisasi sudah banyak wanita yang memiliki karir atau bekerja di kantoran, bukan hanya sebagai ibu rumah tangga atau pekerjaan tradisional wanita lainnya seperti menjahit, memasak, dan lain-lain.

Wanita yang bekerja memiliki tahap-tahap dalam karirnya. Ashe-Edmunds (2015) menjelaskan wanita *early career* sebagai sebuah tahap dimana wanita memiliki pekerjaan pertamanya, termasuk pekerjaan yang didapatkan begitu lulus kuliah. Scheresberg, Lusardi, dan Yakoboski (2014) menyatakan bahwa wanita *early career* adalah para wanita yang berusia 23-25 tahun.

Ingin merasa puas dengan keadaan finansial terkadang menjadi salah satu alasan mengapa wanita memiliki pekerjaan, walaupun begitu mereka tidak begitu saja puas dengan keadaan finansialnya segera setelah mereka memiliki pekerjaan. Perasaan puas terhadap keadaan finansial disebut dengan *financial well-being* (Joo, 2008). Malone, Stewart, Wilson, dan Korsching (2009) melakukan penelitian tentang persepsi wanita bekerja terhadap *financial well-being* dan menemukan bahwa wanita yang berusia 30-65 tahun tidak memiliki tingkat *financial well-being* yang tinggi.

Penelitian tentang *financial well-being* seringkali dikaitkan dengan beberapa hal salah satunya adalah *financial management* yaitu bagaimana individu menggunakan dan

mengatur keuangannya (Paramasivan & Subramanian, 2009). Beberapa penelitian, salah satunya yang dilakukan oleh Mokhtar, Husniyah, Sabri, dan Talib (2015) menemukan bahwa terdapat wanita bekerja yang belum mampu untuk mengatur finansialnya dengan baik, dan kurangnya kemampuan tersebut akan mengarah pada rendahnya *financial well-being*. Hal ini didukung oleh Sabri dan Falahati (2013) yang menyatakan bahwa individu yang kekurangan uang untuk membeli kebutuhan sehari-hari dan kurang memiliki kemampuan dalam mengatur finansialnya akan memiliki *financial well-being* yang rendah.

Salah satu faktor penting dalam mencapai *financial well-being* adalah merasa aman dengan keadaan finansial di masa depan. Jaminan finansial masa depan seperti tabungan, asuransi, dan investasi adalah hal yang penting dalam mewujudkan *financial well-being*. Seperti yang ditemukan oleh Sabri dan Falahati (2013), rendahnya *financial well-being* dapat ditunjukkan dengan kurangnya tabungan, jaminan atau asuransi, dan investasi. Sayangnya masih banyak wanita *early career* yang kurang memikirkan jaminan masa depan, seperti yang ditemukan oleh *Center for Child Rights* (CCR) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (2014).

Penelitian tersebut juga menemukan bahwa pria cenderung menabung lebih banyak dibandingkan wanita. Barclays (2014) juga menemukan bahwa dua dari lima karyawan memiliki tabungan yang hanya mampu untuk menghidupi mereka selama satu bulan jika mereka kehilangan pekerjaannya. Menurut Scheresberg, Lusardi, dan Yakoboski (2014) yang melakukan penelitian pada 6,051 subyek, hanya 42% wanita *early career* memiliki rumah sendiri. Sebuah pola yang sama juga ditemukan berkaitan dengan investasi finansial, hanya

terdapat 28% dari wanita *early career* yang memiliki investasi berupa saham, reksa dana, dan obligasi. *International Network on Financial Education* (2013) menyatakan bahwa wanita menabung dengan jumlah yang lebih kecil dibandingkan pria, terutama untuk tabungan pensiun. Wanita cenderung terlibat dalam perilaku menabung yang putus asa dan memiliki kesulitan untuk membayar tagihan dibandingkan dengan pria (Rao & Barber, 2005).

Barclays (2014) menemukan bahwa karyawan dengan *financial well-being* yang rendah mengalami penurunan dalam kinerja mereka di kantor seperti absen kerja, *turnover*, dan penurunan aktivitas kerja. Barclays menemukan data bahwa 5% karyawan tidak masuk kerja selama empat hari dalam setahun karena cemas akan keadaan finansialnya; 38% pindah ke perusahaan yang lebih memprioritaskan *financial well-being*; 23% menyatakan bahwa kesulitan finansial seringkali mengganggu pekerjaan mereka; dan 22% percaya bahwa kesulitan finansial membuat produktivitas kerja mereka menurun. Kim dan Garman (dalam Vosloo, Fouché, & Barnard, 2014) mendukung hasil penelitian tersebut dengan menyatakan bahwa karyawan dengan stress finansial yang tinggi dan *financial well-being* yang rendah cenderung akan lebih sering absen bekerja.

Permasalahan finansial yang dihadapi kerap memberikan dampak yang kurang baik bagi individu, salah satunya yaitu terhadap keadaan psikologis mereka. Gorgievski et al (2010) menyatakan bahwa buruknya keadaan finansial akan membawa kesulitan dalam hidup individu yang nantinya mengarah pada gejala-gejala depresi. Dalam penelitiannya, Gorgievski et al menggunakan teori *conservation of resources* (COR) yang menyatakan bahwa ketika individu menghadapi masalah

finansial misalnya kehilangan sumber pendapatan, individu akan mendapatkan tekanan psikologis atau *psychological distress* karena ia kehilangan sumber utama yang membantunya untuk bertahan hidup dan memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Hal yang sama juga disinggung oleh Shimizu (dalam Chen et al, 2010) bahwa jika individu kehilangan pekerjaan dan rumahnya lalu memiliki banyak hutang, ia cenderung lebih rentan terhadap depresi.

Berangkat dari dampak-dampak di atas, maka perlu bagi individu untuk mencapai *financial well-being*. *Financial well-being* yaitu suatu keadaan dimana individu merasa sehat dan bahagia secara finansial, serta merasa bebas dari rasa cemas akan kejadian buruk yang berkaitan dengan finansialnya (Joo, 2008). Zafarghandi, Nayebzadeh, dan Khakpour (2014) menyatakan bahwa *financial well-being* adalah tingkat kecukupan atau keamanan ekonomi dari individu atau rumah tangga. Zafarghandi et al menambahkan bahwa *financial well-being* merupakan tingkat perlindungan yang ingin dicapai individu yang sedang menghadapi permasalahan hidup sehari-hari seperti kehilangan pekerjaan, penyakit, bangkrut, kemiskinan, dan kebutuhan khusus di usia tua seperti biaya kesehatan.

Financial well-being dipengaruhi oleh beberapa faktor yang seringkali berhubungan dengan sikap individu terhadap finansialnya. Vlaev dan Elliott (2013) menemukan bahwa terdapat empat faktor determinan *financial well-being*. Satu faktor yang sangat mempengaruhi *financial well-being* terhadap karyawan muda yaitu *control of overall finances*. Faktor tersebut berbicara tentang bagaimana seorang individu memegang kontrol penuh terhadap finansialnya, mengerti secara detail keadaan finansialnya, memiliki pengeluaran yang berada dalam batas kemampuannya, serta

memiliki kenyamanan ketika menghadapi persoalan finansial.

Herabadi, Verplanken, dan van Knippenberg (2009) serta Park dan Choi (2013) menemukan bahwa wanita menganggap diri mereka memiliki tingkat *impulse buying* yang tinggi. Kaur (2015) menemukan bahwa wanita yang bekerja memiliki *impulse buying* yang lebih tinggi dibandingkan dengan ibu rumah tangga karena wanita bekerja memiliki pemasukan yang berkala serta memiliki waktu dan ketersediaan untuk belanja *online* dibandingkan ibu rumah tangga yang dependen terhadap uang. Kaur juga menemukan bahwa usia mempengaruhi impulsivitas seseorang dalam berbelanja, wanita bekerja yang berusia 18-45 tahun sebanyak lebih dari 70% merasa bahwa dirinya melakukan *impulse buying*

Sayangnya tidak banyak penelitian lain yang membahas lebih lanjut tentang *impulse buying* dan *financial well-being*. Terdapat juga penelitian yang membahas tentang *impulse buying* dan konsekuensinya seperti milik Park dan Choi (2013) namun kurang membahas dengan mendalam tentang hubungannya dengan *financial well-being*. Penelitian Park dan Choi juga merupakan penelitian kualitatif, jadi tidak dapat digeneralisasikan. Penelitian-penelitian tentang *financial well-being* juga pernah dilakukan namun lebih banyak terkait tentang hubungannya *financial literacy* (Taft, Hosein, Mehrizi & Rohsan, 2013), *financial efficacy* (Vosloo, Fouché, dan Barnard, 2014), atau *financial management* (Sabri & Falahati, 2013), dibandingkan dengan keterkaitannya dengan faktor-faktor psikologis. Penelitian sebelumnya seperti milik Scheresberg, Lusardi, Yakoboski (2014) membahas tentang wanita *early career* namun sayangnya tidak ada keterkaitan atau penjelasan yang mendalam

dengan *impulse buying* dan *financial well-being*.

Penelitian tentang wanita *early career* dapat membantu untuk mengetahui apakah mereka mampu untuk menghadapi persoalan-persoalan finansial baik di masa sekarang ataupun di masa depan nanti yang mungkin akan semakin rumit. Mengetahui sejak dini tentang *financial well-being* wanita *early career* dapat membantu mereka dalam kehidupan yang lebih sejahtera di masa depan terutama karena wanita biasanya akan menjadi pemegang atau pengatur keuangan keluarga. Oleh karena itu penting untuk diadakan penelitian selanjutnya yang mengetahui lebih jauh hubungan negatif yang dimiliki oleh *impulse buying* dan *financial well-being* pada wanita *early career*.

Rumusan Masalah

Adakah hubungan negatif antara *impulse buying* dengan *financial well-being* pada wanita *early career* di Perusahaan X?

Tujuan Penelitian

Mengetahui adakah hubungan antara *impulse buying* dengan *financial well-being* pada wanita *early career* di Perusahaan X.

Hipotesis

Peneliti mengajukan hipotesis antara lain:
H0: Tidak ada hubungan antara *impulse buying* dengan *financial well-being* pada wanita *early career* di Perusahaan X

H1: Ada hubungan negatif antara *impulse buying* dengan *financial well-being* pada wanita *early career* di Perusahaan X

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional dan alat ukur berupa kuesioner, dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara *impulse buying* dengan *financial well-being* pada wanita *early career*.

Variabel Penelitian

Variabel bebas. *Impulse buying* adalah kecenderungan individu untuk membeli suatu barang tanpa ada perencanaan sebelumnya, pembelian tersebut terjadi secara spontan, cepat, dan tidak dipikirkan terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, tinggi atau rendahnya *impulse buying* yang dimiliki wanita *early career* dinyatakan dalam skor yang diperoleh dari skala *Buying Impulse Scale* (BIS) yang disusun dan dikembangkan oleh Rook dan Fisher (1995). Semakin tinggi skor total yang didapatkan, maka *impulse buying* yang dimiliki wanita *early career* tersebut akan semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah skor total yang didapatkan, maka *impulse buying* yang dimiliki wanita *early career* tersebut akan semakin rendah.

Variabel tergantung. *Financial well-being* adalah suatu keadaan dimana individu merasa puas atas keadaan finansialnya, individu merasa bebas dari ketakutan yang muncul karena permasalahan finansial baik yang sedang dialami maupun yang akan datang. Dalam penelitian ini, tinggi atau rendahnya *financial well-being* yang dimiliki wanita *early career* dinyatakan dalam skor yang diperoleh dari skala *InCharge Financial Distress/Financial Well-being Scale* (IFDFW) Semakin tinggi skor rata-rata yang didapatkan, maka *financial well-being* yang dimiliki wanita *early career* tersebut akan semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah skor rata-rata yang didapatkan, maka *financial*

well-being yang dimiliki wanita *early career* tersebut akan semakin rendah.

Alat Pengumpul Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala dengan alat ukur berupa kuesioner yang bertujuan untuk mengukur *impulse buying* dan *financial well-being*. Penelitian ini menggunakan skala *impulse buying* dari Rook dan Fisher (1995) yaitu *Impulsiveness: Buying Impulse Scale* (BIS) yang diadaptasi dan dimodifikasi. Terdapat beberapa penelitian yang telah menggunakan skala BIS seperti Peck dan Childers (2006), Vohs dan Faber (2007), serta Lee dan Yi (2008). Adaptasi yang dilakukan pada skala BIS di penelitian ini adalah translasi bahasa aitem dari Bahasa Inggris menjadi Bahasa Indonesia karena penelitian ini dilakukan di Indonesia oleh sebab itu perlu dilakukan adaptasi pada aitem-aitemnya.

Skala BIS terdiri dari sembilan aitem yang menggunakan skoring skala Likert dengan rentang angka dari 1 hingga 5, dengan rentang jawaban dari “Sangat Tidak Sesuai” hingga “Sangat Sesuai”. Responden diminta untuk menunjukkan derajat impulsivitasnya dengan memberikan skor melalui rentang tersebut. Skoring pada aitem ke-delapan menggunakan skoring terbalik karena aitem tersebut *unfavorable*. Perlu diketahui bahwa skala BIS ini adalah skala unidimensional yang mana kesembilan aitemnya mengukur satu dimensi atau satu sikap saja yaitu kecenderungan *impulse buying* atau *impulse buying tendency* (Rook dan Fisher, 1995).

Penelitian ini menggunakan skala *InCharge Financial Distress/Financial Well-being Scale* (IFDFW) yang diadaptasi dan dimodifikasi dari IFDFW milik Prawitz et al (2006). Dalam penelitian ini skala IFDFW dimodifikasi menjadi skala semantik

diferensial yaitu skala yang mengukur *meaning* dari suatu konsep/objek (Osgood, 1952) selain itu, skala semantik diferensial merupakan salah satu skala yang mengukur sikap individu terhadap suatu objek, individu, atau konsep (Algeo, 1973).

Skala IFDFW terdiri dari delapan aitem yang mengukur pandangan individu terhadap keadaan finansialnya (Prawitz et al, 2006). Prawitz et al menambahkan bahwa setelah melakukan analisis faktor, ditemukan bahwa kedelapan aitem tersebut mengukur satu faktor yang mana hal ini menunjukkan bahwa skala IFDFW merupakan skala unidimensional. Prawitz et al juga menambahkan bahwa skala IFDFW merupakan skala *un-weighted* yang artinya setiap aitemnya memiliki bobot yang sama dalam mengukur satu konsep yaitu *financial well-being*, sehingga tidak ada aitem yang bobotnya lebih besar atau lebih kecil dibanding aitem lainnya.

Validitas dan Reliabilitas

Skala *Buying Impulse Scale* (BIS) yang dibentuk oleh Rook dan Fisher (1995) telah digunakan pada beberapa penelitian seperti penelitian Peck dan Childers (2007); dan Lee dan Yi (2008), dan dinyatakan bahwa skala BIS memiliki validitas dan reliabilitas yang baik. Dalam penelitiannya, Rook dan Fisher menjelaskan bahwa skala BIS pada awalnya terdiri dari total 35 aitem yang diuji kepada 281 mahasiswa jurusan bisnis. Setelah diuji, Rook dan Fisher menggunakan beberapa metode analisis (*exploratory factor analysis, correlational test, dan confirmatory factor analysis*) dan mendapatkan hasil bahwa terdapat sembilan aitem yang paling baik untuk mengukur impulsivitas dalam belanja. Rook dan Fisher juga mengukur menggunakan *Alpha Cronbach* dan mendapatkan hasil konsistensi internal skala BIS sebesar 0,82

yang menunjukkan bahwa konsistensi internal skala tersebut tinggi.

Penelitian lain yang menggunakan skala BIS dilakukan oleh Peck dan Childers (2007) dengan responden yang berbeda yaitu 239 pembeli yang sedang belanja di supermarket *Midwestern-city*, namun pada akhirnya hanya 170 kuesioner yang dapat digunakan. Dalam penelitian tersebut, koefisien internal dari skala BIS adalah 0,74. Penelitian selanjutnya yang menggunakan skala BIS yaitu penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Yi (2008). Lee dan Yi melakukan survey dengan kuesioner kepada 167 pembeli di Korea yang ditemui secara acak pada saat mereka sedang belanja. Dalam penelitian tersebut, Lee dan Yi mengeliminasi aitem ke-enam yaitu "*Sometimes I feel like buying things on the spur of the moment*" karena memiliki reliabilitas dibawah 0,65, namun aitem-aitem lainnya ditemukan memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Dengan delapan aitem, Lee dan Yi mengukur konsistensi internal menggunakan *Alpha Cronbach* dengan hasil yaitu 0,943.

Skala *InCharge Financial Distress/Financial Well-being Scale* (IFDFW) milik Prawitz et al (2006) sudah digunakan dalam beberapa penelitian seperti O'Neill et al (2006); serta Kim, Gale, Goetz, dan Bermudez (2011) dan dinyatakan telah memiliki validitas dan reliabilitas yang baik. Dalam mengembangkan skala IFDFW, Prawitz et al menguji konsistensi internal dari skala tersebut menggunakan *Alpha Cronbach* dan mendapatkan hasil sebesar 0,95 yang menunjukkan bahwa konsistensi internal skala tersebut bernilai tinggi.

O'Neill et al (2006) juga menggunakan skala IFDFW dalam penelitiannya. O'Neill et al melakukan survey kepada 7.500 individu dewasa yang mengalami stress

finansial dan yang menghubungi agensi konseling kredit untuk mencari bantuan terkait penyelesaian hutang, yang kemudian menjadi klien dari agensi tersebut. Sayangnya dari 7.500 kuesioner, hanya 5.375 yang dapat digunakan. O'Neill et al mengukur konsistensi alat ukur dari skala IFDFW dengan menggunakan *Alpha Cronbach* dan mendapatkan hasil sebesar 0,93 yang menunjukkan tingginya konsistensi internal skala tersebut. Sama halnya dengan penelitian dari Kim, Gale, Goetz, dan Bermudez (2011) yang memberikan kuesioner kepada 12 pasangan suami-istri juga mendapatkan nilai konsistensi internal sebesar 0,93 dengan menggunakan *Alpha Cronbach*.

Populasi penelitian ini adalah wanita *early career* yang bekerja di Perusahaan X. Perusahaan X dipilih sebagai populasi karena memiliki jumlah karyawan wanita *early career* yang besar. Karakteristik sampel yang akan diteliti adalah wanita *early career* yang bekerja di Surabaya yang sudah bekerja selama 2-5 tahun dalam suatu perusahaan dan berusia 20-35 tahun berdasarkan teori dari Super (dalam Lau, Low, & Zakaria, 2013). Peneliti mengambil sampel wanita *early career* yang bekerja *full time* maupun *part time*. Peneliti memilih baik *full time* dan *part time* karena berdasarkan penelitian Rodgers (2002) ditemukan bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada gaji yang diterima para wanita pekerja *full time* maupun pekerja *part time*, yang penting adalah mereka mendapatkan gaji secara tetap setiap bulannya. Peneliti juga memilih sampel wanita *early career* yang belum memiliki keluarga berdasarkan pada asumsi bahwa ketika wanita sudah berkeluarga, keuangannya pasti akan dipengaruhi oleh keluarganya tidak murni hanya dari dirinya sendiri. Total sampel yang dipilih adalah 50 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik dimana peneliti memilih sampel berdasarkan karakteristik spesifik (Djarwanto, 1998). Guna menguji korelasi antara *impulse buying* dengan *financial well-being* maka digunakan uji statistik korelasi parametrik. Dalam melakukan uji korelasi statistik perlu untuk memenuhi beberapa asumsi, oleh karena itu perlu dilakukan uji asumsi dengan menggunakan uji normalitas yaitu sebuah uji yang bertujuan untuk membuktikan data dari sampel atau data populasi terdistribusi secara normal (Santoso, 2010). Dalam penelitian ini, uji normalitas yang dilakukan menggunakan uji statistik Shapiro-Wilk.

Jika data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas, maka analisis data menggunakan uji korelasi parametrik *Pearson Product Moment*, namun jika data dalam penelitian ini tidak memenuhi asumsi normalitas, maka analisis data menggunakan uji korelasi non-parametrik yaitu *Spearman Rank Test*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program R. Dalam uji korelasi ini, skor yang dikorelasikan adalah skor total dari skala BIS dan skor rata-rata dari skala IFDFW.

HASIL & DISKUSI

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik Shapiro-Wilk. Data populasi dapat dikatakan terdistribusi secara normal apabila nilai $p\text{-value} > 0,05$. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program R. Berdasarkan hasil uji tersebut didapatkan bahwa data penelitian ini terdistribusi secara normal, dimana nilai normalitas skala BIS (*Impulse buying*) ($W = 0.9684$; $p\text{-value} = 0.1995$; $p\text{-value} > 0,05$) dan nilai normalitas skala IFDFW

(*Financial well-being*) ($W = 0.9846$; $p\text{-value} = 0.7557$; $p\text{-value} > 0,05$).

Pada penelitian ini digunakan uji korelasi untuk mengetahui apakah ada hubungan negatif antara *impulse buying* dengan *financial well-being*. Setelah menguji normalitas data dan mendapatkan hasil bahwa distribusi data adalah normal, peneliti menggunakan uji korelasi parametrik *Pearson Product Moment*. Dalam pengujian ini, jika nilai $p\text{-value} < 0,05$ maka hipotesa akan diterima.

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa tidak ada hubungan negatif ataupun hubungan yang signifikan antara *impulse buying* dengan *financial well-being* pada wanita *early career* di Perusahaan X ($r = 0,136$; $p\text{-value} = 0,342$; $p\text{-value} < 0,05$).

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apakah ada hubungan negative antara *impulse buying* dengan *financial well-being* pada wanita *early career* di Perusahaan X. Peneliti memiliki dugaan bahwa ketika *impulse buying* individu itu tinggi, maka *financial well-being* akan menjadi rendah, begitu juga sebaliknya.

Setelah melakukan uji korelasi antara *impulse buying* dengan *financial well-being* didapatkan hasil bahwa tidak ada hubungan negatif antara *impulse buying* dengan *financial well-being* dan juga tidak signifikan ($r = 0,136$; $p\text{-value} = 0,342$; $p\text{-value} < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa jika *impulse buying* tinggi maka belum tentu *financial well-being* akan rendah, begitu juga sebaliknya ketika *impulse buying* rendah, belum tentu *financial well-being* akan tinggi.

Financial well-being adalah suatu keadaan dimana individu merasa puas atas keadaan finansialnya, individu merasa bebas dari

ketakutan yang muncul karena permasalahan finansial baik yang sedang dialami maupun yang akan datang.

Impulse buying adalah kecenderungan individu untuk membeli suatu barang tanpa ada perencanaan sebelumnya, pembelian tersebut terjadi secara spontan, cepat, dan tidak dipikirkan terlebih dahulu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan negatif antara *impulse buying* dan *financial well-being*. *Impulse buying* yang tinggi tidak secara signifikan akan membuat *financial well-being* rendah, begitu juga sebaliknya. Peneliti melihat bahwa terdapat beberapa kemungkinan yang mendukung hasil penelitian ini.

Kemungkinan pertama yang peneliti duga dilihat dari sisi *financial well-being* sebagai hal yang subjektif. Disebutkan oleh Dittmar (dalam Tinne, 2010) bahwa ketika individu membeli suatu produk, tujuannya bukan lagi karena fungsinya, melainkan karena makna simbolis yang dimiliki produk tersebut. Dittmar (dalam Tinne, 2010) melanjutkan bahwa individu membeli karena produk tersebut mengindikasikan kedudukan dan status sosial, serta kekayaan. Peneliti melihat bahwa jika tujuan individu membeli adalah untuk makna emosional seperti ini, maka ketika ia menghabiskan uang untuk belanja justru akan membuatnya merasa senang –yang kemudian akan mengarah pada *financial well-being* yang baik. Menurut Joo (2008) *financial well-being* itu sendiri berdasar kepada pemaknaan subjektif individu tentang keadaan keuangannya. Oleh karena itu wajar jika ketika individu merasa senang dengan belanjanya, maka *financial well-being*-nya juga akan baik, karena *financial well-being* dinilai secara subjektif.

Hal di atas juga sejalan dengan yang dikatakan oleh *Consumer Financial Protection Bureau* (2015) bahwa memiliki kebebasan finansial untuk membuat pilihan-pilihan yang memungkinkan individu untuk menikmati hidup, adalah salah satu aspek yang menunjukkan *financial well-being*. Vlaev dan Elliot (2013) juga menyatakan hal yang serupa bahwa individu yang percaya uang adalah hal yang memungkinkan hal-hal baik dalam hidup terjadi, maka ia akan lebih dapat mencapai *financial well-being*. Oleh sebab itu ketika individu memiliki *impulse buying* yang tinggi, hal tersebut tidak berarti ia akan memiliki *financial well-being* yang rendah, terlebih jika ia melihat bahwa uang adalah hal yang dapat membuatnya bahagia dalam hidup.

Berlanjut kepada kemungkinan kedua, peneliti kembali melihat dari sisi *financial well-being*. Awalnya, peneliti menduga bahwa *impulse buying* yang tinggi dapat menyebabkan masalah-masalah finansial sehingga *financial well-being* menjadi rendah, namun hasil penelitian ini tidak menunjukkan adanya hubungan tersebut. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Joo (2008) bahwa *financial well-being* itu sendiri merupakan keadaan dimana individu merasa puas dan aman dengan keadaan finansialnya. Jadi ketika individu merasa bahwa ia baik-baik saja (puas dan aman) dan merasa bahwa ia dapat mengatasi permasalahan atau utang tersebut, maka *financial well-being*-nya tentu akan baik, terlepas dari apakah ia *impulse buying* atau tidak.

Hal di atas juga sejalan dengan beberapa penelitian lain. Seringkali, *financial well-being* diukur dengan melihat tingkat kepuasan individu terhadap keadaan finansialnya (Archuleta, Dale, & Spann, 2013). Ketika individu merasa bahwa keadaan finansialnya baik-baik saja –

meskipun ia memiliki utang atau belanja lebih dari yang seharusnya, maka *financial well-being* individu tersebut juga akan baik. Karena seperti yang dikatakan Joo dan Grable (dalam Archuleta, Dale, & Spann, 2013), *financial well-being* itu juga dinilai dari sisi subjektivitas individu (perasaan, emosi, persepsi), tidak hanya dari sisi objektivitas (penghasilan, tabungan, pengeluaran). Dengan penilaian yang subjektif ini, kemungkinan individu untuk melakukan *faking good* juga menjadi lebih tinggi. Individu bisa saja merasa baik-baik saja atau menyatakan bahwa ia merasa baik-baik dengan keadaan finansialnya terlepas dari apakah secara objektif keadaan finansialnya sedang baik atau tidak.

Beralih kepada kemungkinan ketiga, peneliti melihat bahwa faktor penghasilan ikut memiliki asosiasi dengan *impulse buying* dan *financial well-being*. Cukup banyak penelitian yang menyatakan bahwa penghasilan berkorelasi dengan *impulse buying*. Seperti penelitian dari Basher et al (dalam Awan & Abbas, 2015) yang menyatakan bahwa jika semakin tinggi penghasilan maka *impulse buying* akan semakin tinggi. Penghasilan juga kerap dikaitkan dengan *financial well-being* dimana semakin tinggi penghasilan maka *financial well-being* akan semakin baik (Vlaev & Elliot, 2013).

Penghasilan kerap memiliki andil terhadap kedua variabel sehingga ketika *impulse buying* rendah, hal tersebut tidak berarti bahwa *financial well-being* akan tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ekeng, Lifu, dan Asinya (2012) yang menyatakan bahwa individu yang penghasilannya rendah akan sangat mengatur pengeluaran mereka. Individu ini hanya membelanjakan uangnya untuk produk yang sudah direncanakan, meskipun ada dorongan muncul untuk membeli barang

yang lain, mereka tidak bisa melakukannya karena memiliki uang yang terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang penghasilannya rendah maka *impulse buying* akan ikut rendah. Penghasilan yang rendah juga akan berpengaruh pada *financial well-being* yang rendah (Vlaev & Elliot, 2013). Individu yang sedikit penghasilannya tidak akan merasa nyaman terhadap keadaan finansialnya baik di masa depan ataupun masa sekarang. Individu tersebut hidup dengan pas-pas-an dan kerap khawatir dengan keberlangsungan hidupnya, padahal merasa bebas dari rasa cemas akan kejadian buruk di masa depan –yang berkaitan dengan finansial adalah tujuan dari *financial well-being* (Joo, 2008). Zafarghandi, Nayebzadeh, dan Khakpour (2014) juga menyatakan bahwa *financial well-being* adalah tingkat kecukupan ekonomi, maka ketika individu merasa tidak cukup dengan ekonomi atau keadaan finansialnya, ia tidak akan merasa *financial well-being* meskipun ia tidak *impulse buying*.

Peneliti melihat kemungkinan keempat dari sisi responden. Responden pada penelitian ini yaitu wanita *early career* yang belum menikah. Mereka yang belum menikah cenderung tidak memiliki tanggungan selain dirinya sendiri. Wood (dalam Tinne, 2010) menyatakan bahwa individu yang lebih muda memiliki risiko yang lebih kecil jika mereka menghabiskan uang. Penelitian dari Ekeng, Lifu, dan Asinya (2012) juga menyatakan hal yang serupa: *impulse buying* akan lebih tinggi pada mereka yang lebih muda karena mereka tidak memiliki tanggung jawab dalam membangun keluarga. Ekeng, Lifu, dan Asinya menambahkan bahwa mereka yang lebih muda dan tidak menikah tidak akan terganggu ketika menghabiskan uang untuk produk-produk mewah –yang seringkali dibeli tanpa perencanaan. Terlebih lagi, wanita *early career* ini sudah bekerja dan

mendapatkan penghasilan berkala setiap bulannya. Penghasilan yang berkala tersebut akan membuat mereka merasa aman, karena penghasilan ini menjadi suatu bentuk jaminan untuk keberlangsungan hidup mereka. Hal ini didukung oleh Lewis (2014) yang menemukan bahwa penghasilan diasosiasikan dengan *well-being* yang tinggi, penghasilan yang lebih tinggi akan mengurangi tingkat kecemasan dalam hidup.

Pemaparan tersebut juga didukung oleh Evans (dalam Brodén & Söderberg, 2011) yang menyatakan bahwa individu membeli karena ia memiliki kebebasan finansial yang memungkinkan ia untuk membeli. Individu membeli sebagai bukti bahwa ia merasa bebas dengan finansialnya. Dengan tidak adanya tanggungan selain dirinya sendiri dan adanya jaminan penghasilan berkala setiap bulan, maka menghabiskan uang untuk kebahagiaan diri sendiri adalah hal yang membuat individu merasa senang dan nyaman – yang pada akhirnya akan mengarah pada *financial well-being* yang baik, karena *financial well-being* seringkali dipersepsikan secara subjektif dibandingkan secara objektif. Jadi ketika individu tidak memiliki tanggungan, ia memiliki kebebasan dalam menggunakan uangnya untuk hal-hal yang membahagiakan hidupnya sehingga *financial well-being*-nya akan tetap baik meskipun ia melakukan *impulse buying*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian ini yang mendapatkan bahwa tidak ada hubungan negatif antara *impulse buying* dengan *financial well-being*.

Beralih pada kemungkinan kelima, peneliti melihat dari sisi perilaku *impulse buying*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa individu yang *impulse buying*-nya tinggi tidak secara langsung akan memiliki *financial well-being* yang rendah, dan terdapat sebuah penelitian yang sejalan dengan hasil penelitian ini. Wong dan Zhou

(dalam Tinne, 2010) menyatakan bahwa individu cenderung akan lebih impulsif ketika ada diskon atau murahnya harga pada produk. Jika individu melakukan *impulse buying* dengan membeli produk-produk yang masih mampu ia beli (harga murah dan sesuai *budget*) maka hal itu tidak akan mengganggu *financial well-being* individu tersebut secara signifikan. Jadi walaupun individu melakukan *impulse buying*, hal tersebut tidak akan membuat *financial well-being* secara langsung menjadi rendah apalagi ketika individu *impulse* pada produk yang sedang diskon atau harga murah.

Meskipun pada penelitian ini *impulse buying* didapatkan tidak memiliki hubungan negatif dengan *financial well-being*, namun ada faktor-faktor lain yang diduga memiliki asosiasi indikasi dengan *financial well-being*.

SIMPULAN

Tidak ada hubungan negatif antara *impulse buying* dan *financial well-being* ($r = 0,136$; $p\text{-value} = 0,342$; $p\text{-value} < 0,05$) pada wanita *early career* di Perusahaan X. Dapat dilihat juga bahwa tidak ada signifikansi antara kedua variabel. Artinya ketika *impulse buying* tinggi belum tentu *financial well-being* akan rendah, dan begitu juga sebaliknya.

Terdapat beberapa faktor yang diduga memiliki asosiasi indikasi dengan *financial well-being*, yaitu pengeluaran per bulan, tabungan, dan dana khusus untuk keperluan mendadak atau darurat.

Pada penelitian selanjutnya, masih perlu untuk dilakukan pada populasi yang sama. Akan lebih baik ketika dilakukan pada populasi responden yang lebih luas misalnya di beberapa perusahaan yang bertempat di Surabaya, dengan menggunakan metode

random sampling. Dengan dilakukan pada responden yang lebih luas, maka hasil penelitian dapat digeneralisasikan lebih luas juga.

Penelitian selanjutnya juga dapat meneliti hubungan *financial well-being* dengan faktor atau variabel lain yang memiliki asosiasi atau pengaruh terhadapnya. Peneliti juga menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat lebih mendetail dalam mengukur *financial well-being*. Pengukuran *financial well-being* akan lebih baik ketika dilengkapi dengan data objektif dari responden misalnya menambahkan data observasi diri tentang pencatatan penghasilan dan pengeluaran selama sebulan.

REFERENSI

Algeo, J. D. (1973). *A semantic differential measurement of caregivers' attitudes toward the alcoholic.*, Program Pascasarjana Universitas Teknologi Texas.

Archuleta, K. L., Dale, A., & Spann, S. M. (2013). College students and financial distress: Exploring debt, financial satisfaction, and financial anxiety. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 24 (2), 50-62.

Ashe-Edmunds, S. (2015, Agustus) The definition of early to mid-career. *Hearst Newspapers, LLC*. Diunduh di <http://work.chron.com/definition-early-midcareer-17385.html>, tanggal 29 Agustus 2015.

Awan, A. G., & Abbas, N. (2015). Impact of demographic factors on impulse buying behavior of consumers in Multan-Pakistan. *European Journal of Business and Management*, 7 (22), 96-105.

Barclays. (2014). Financial Well-being: The last taboo of the workplace. *Barclays Research and News Centre*. Barclays Corporate & Employer Solutions. Diunduh di <https://wealth.barclays.com/employer->

solutions/en_gb/home/research-centre/financial-wellbeing.html, tanggal 19 Agustus 2015.

Besen, E., & McNamara, T. (2009). Attitudes toward workers of different career stages. *State Issue Brief 03. State and Private Sector Priorities*. Chestnut Hill: Twiga Foundation; Sloan Center on Aging & Work.

Boatman, J., Wellins, R., & Neal, S. (2011). Women work: The business benefits of closing the gender gap. *Global Leadership Forecast*. Pennsylvania: Development Dimensions International (DDI), Inc.

Brodén, A., & Söderberg, C. (2011). *Impulse buying, reasons why and consumer electronics, oh my! An investigation about impulse buying, why it occurs and how it can be beneficial for the consumer electronics industry*. (Tesis yang tidak diterbitkan). Program Pascasarjana Universitas Gothenburg, Gothenburg.

Bungin, H. M. B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

Burdick, D. (2013, 5 Juni). Debt and mental health issues go hand in hand. *The Denver Post*. Diunduh di http://www.denverpost.com/ci_23177329/debt-and-mental-health-issues-go-hand-hand, tanggal 9 September 2015.

Careers New Zealand. (2012). Donald Super developmental self-concept. Diunduh dari <http://www.careers.govt.nz/assets/pages/docs/career-theory-model-super.pdf>, tanggal 29 Agustus 2015.

Center for Child Rights & Corporate Social Responsibility. (2014). Staying on: A study on young workers in the electronic industry. Beijing: Penulis.

Chen, J., Choi, Y. C., Mori, K., Sawada, Y., & Sugano, S. (2012). Recession, unemployment, and suicide in Japan. *Japan Labor Review*, 9 (2), 75-92.

Consumer Financial Protection Bureau. (2015). Financial well-being: What it means and how to help. *Financial Well-Being: The Goal of Financial Education*. Diunduh dari http://files.consumerfinance.gov/f/201501_cfpb_report_financial-well-being.pdf, tanggal 19 Agustus 2015.

Davenport, B. (2014, Januari). How low self-confident will cause you thousands. *Live Bold & Bloom*. Diunduh di <http://liveboldandbloom.com/01/self-confidence/low-self-confidence-will-cost-you-thousands-in-2014>, tanggal 6 April 2016.

Djarwanto. (1998). *Statistik Sosial Ekonomi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.

Ekeng, A. B., Lifu, F. L., & Asinya, F. A. (2012). Effect of demographic characteristics on consumer impulse buying among consumers of Calabar Municipality, Cross River State. *Academic Research International*, 3 (2), 568-574.

Gallup-Healthways Global Well-Being Index. (2014). State of global well-being index. *Gallup-Healthways Global Well-Being Index*. Diunduh dari http://www.healthwaysaustralia.com.au/pdf/Gallup_Healthways_State_of_Global_Well-Being_Report.pdf, tanggal 9 September 2015.

Garman, E. T., MacDicken, B., Hunt, H., Shatwell P., Haynes, G., Hanson, K. C. & Woehler, M. B. (2007). Progress in measuring changes in financial distress and financial well-being as a result of financial literacy programs. *Consumer Interests Annual*, 53, 199-211.

Gorgievski, M. J., Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., van der Veen, H. B., & Giesen, C. W. (2010). Financial problems and psychological distress: Investigating reciprocal effects among business owners. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, 513-530.

Hayes, D. (2014). The relationship between mental wellbeing and financial management among older people. *ILC Working Paper*. International Longevity Centre.

Herabadi, A. G., Verplanken, B., & van Knippenberg, A. (2009). Consumption experience of impulsive buying in Indonesia: Emotional arousal and hedonistic considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 12, 20-31.

Hung, A. A., Parker, A. M., & Yoong, J. (2009). Defining and measuring financial literacy. *RAND Working Paper*. RAND Labour and Population Working Paper WR-708.

International Network On Financial Education (INFE). (2013). Addressing women's needs for financial education. *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*. Diunduh dari http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_INFE_women_FinEd2013.pdf, tanggal 19 Agustus 2015.

Joo, S. (2008). Personal financial wellness. In J. J. Xiao (Eds). *Handbook of Consumer Finance Research*, 21-33. New York: Springer Science+Business Media, LLC.

Karbasivar, A., & Yarahmadi, H. (2011). Evaluating effective factors on consumer impulse buying behavior. *Asian Journal of Business Management Studies*, 2 (4), 174-181.

Kaur, S. (2015). Women and consumerism (Impulsive buying). *Indian Journal of Research*, 4 (3).

Kim, Ji-Hyun., Gale, J., Goetz, J., & Bermudez, J. M. (2011). Relational financial therapy: An innovative and collaborative treatment approach. *Contemp Fam Ther*, 33, 229-241.

Kruszka, A. (2012). *Why Did I Just Buy That? A Look at Impulse Buying in the Atmosphere of Daily Deals*. (Tesis yang tidak diterbitkan). Program Pascasarjana Universitas Amerika.

Lao, P. L., Low, S. F., & Zakaria, A. B. (2013). Gender and work: Assessment and application of Super's theory – Career maturity. *Psychology and Behavioral Sciences*, 2 (2), 36-42.

Lee, G. Y., & Yi, Y. (2008). The effect of shopping emotions and perceived risk on impulse buying: The moderating role of buying impulsiveness trait. *Seoul Journal of Business*, 14 (2), 67-92.

Letkiewicz, J., Domian, D., Robinson, C., & Uborceva, N. (2014). *Self efficacy, financial stress, and the decision to seek professional financial planning help*. Dipresentasikan pada *annual meeting* Academy of Financial Services di Toronto – Kanada.

Lewis, J. (2012). Income, expenditure, and personal well-being. *Office for National Statistics*, 1-33.

Malone, K., Stewart, D. S., Wilson, J., & Korsching, P. F. (2009). Perceptions of financial well-being among American women in diverse families. *Journal of Family and Economic Issues*, 63-81. New York: Springer Science+Business Media, LLC

Mokhtar, N., Husniyah, A. R., Sabri, M. F., & Talib, M. A. (2015). Financial well-being among public employees in Malaysia: A preliminary study. *Asian Social Science*, 11 (18), 49-54.

Muruganatham, G., & Bhakat, R. S. (2013). A review of impulse buying behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 5 (3), 149-160.

O'Neill, B., Prawitz, A. D., Sorhaindo, B., Kim, J., & Garman, T. (2006). Changes in health, negative financial events, and financial distress/financial well-being for debt management program clients. *Financial Counseling and Planning*, 17 (2), 46-100.

Osgood, C. E. (1952). The nature and measurement of meaning. *Psychological Bulletin*, 49 (3), 197-237.

Paramavisan, C., & Subramanian, T. (2009). *Financial Management*. New Delhi: New Age International Publishers.

Park, J. E., & Choi, E. J. (2013). Consequences of impulse buying cross-culturally: A qualitative

- study. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*, 7 (1), 247-260.
- Peck, J., & Childers, T. L. (2006). If I touch it I have to have it: Individual and environmental influences on impulse purchasing. *Journal of Business Research*, 59, 765-769.
- Prawitz, A. D., Garman, E. T., Sorhaindo, B., O'Neill, B., Kim, J., & Drentea P. (2006). InCharge Financial Distress/Financial Well-Being Scale: Development, administration, and score interpretation. *Financial Counseling and Planning*, 17 (1), 34-50.
- PricewaterCoopers (PwC). (2015). The female millennial career stage differential. *The Female Millennial: A New Era of Talent*. Diunduh di <https://www.pwc.com/sg/en/diversity/assets/female-millennial-a-new-era-of-talent.pdf>, tanggal 14 Oktober 2015.
- Pujiati, S. A. (2010). *Keputusan Bisnis dalam R. Jakarta: Berbagi.NET*.
- Quast, L. (2011, 15 Februari). Causes and consequences of the increasing numbers of women in the workforce. *Forbes*. Diunduh di <http://www.forbes.com/sites/lisaquast/2011/02/14/causes-and-consequences-of-the-increasing-numbers-of-women-in-the-workforce/>, tanggal 9 September 2015
- Rao, A., & Barber, B. L. (2005). Financial well-being: Descriptors and pathways. *TCAI Working Paper 5-2*. University of Arizona: TCAI.
- Rodgers, J. R. (2002). Hourly wages of full-time and part-time employees in Australia. *Australian Labour Market Research*.
- Rook, D.W. (1987). The buying impulse. *The Journal of Consumer Research*, 14 (2), 189-199.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 22, 305-313.
- Sabri, M. F., & Falahati, L. (2013). Predictors of financial well-being among Malaysian employees: Examining the mediate effect of financial stress. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 1 (3).
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Scheresberg, C. de Bassa., Lusardi, A., & Yakoboski, P. J. (2014). *Working women's financial capability: An analysis across family status and career stages*. TIAA-CREFF Institute
- Soll, J. B., Keeney, R. L., & Larrick, R. P. (2013). Consumer misunderstanding of credit card use, payments, and debt: Causes and solutions. *Journal of Public Policy & Marketing*, 32 (1), 66-81.
- Taylor Nelson Sofres - British Market Research Bureau. (2015). Financial capability and wellbeing. *Money Advice Service*.
- Taft, M. K., Hosein, Z. Z., Mehrizi, S. M., & Roshan, A. (2013). Relation between financial literacy, financial wellbeing and financial concerns. *International Journal of Business and Management*, 8 (11), 63-75.
- Tinne, W. S. (2010). Impulse purchasing: A literature overview. *ASA University Review*, 4 (2), 65-73.
- Vlaev, I., & Elliot, A. (2013). Financial well-being components. Springer Science+Business Media Dordrecht
- Vohs, K. D., & Faber, R. J. (2007). Spent resources: Self-regulatory resources availability affects impulse buying. *Journal of Consumer Research*, 33, 537-547.
- Vosloo, W, Fouché, J, & Barnard, 2014, The relationship between financial efficacy, satisfaction with remuneration and personal financial well-being. *International Business & Economics Research Journal*, vol. 13, no. 6, hh. 1455-1470.
- Yin-Fah, B. C, Masud, J, Hamid, T. A., & Paim, L. (2010). Financial wellbeing of older

oeninsular Malaysians: A gender comparison.
Asian Social Science, 6 (3), (p. 58-71).

Zafarghandi, A. S., Nayebzadeh, S., &
Khakpour, A. (2014). Investigation of
relationship between financial well-being and
impulse buying behavior. *Advances in
Environmental Biology*, 8 (13), 1219-1225.