

CONCEPTUAL PAPER

FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR: HUBUNGAN ANTARA SELF-EFFICACY, SELF-CONTROL, DAN COMPULSIVE BUYING

Mukhibatul Hikmah¹, Saparila Worokinasih², Cacik Rut Damayanti³

Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, Jawa Timur, Indonesia

Email: mukhiologi@gmail.com¹, saparila75@gmail.com², cacikr@gmail.com³

ABSTRACT

The ability to manage finances potentially affect a person's financial condition and psychological condition in the future. This study aims to determine the impact of self-efficacy and self-control on financial management behavior and its impact on compulsive buying behavior. The study was conducted by collecting and analyzing related journals for the research objectives. Based on literature studies conducted, self-efficacy and self-control affect financial management behavior and compulsive buying. The studies also show that self-efficacy influences self-control, increasing the level of self-efficacy in a person can prevent her/him in compulsive actions such as compulsive buying.

Keywords: *Financial Management Behavior; Self-efficacy; Self-control; Compulsive Buying*

ABSTRAK

Kemampuan dalam mengelola keuangan dapat berpengaruh terhadap kondisi finansial maupun kondisi psikologis seseorang di masa mendatang. Studi ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari *self-efficacy* dan *self-control* terhadap *financial management behavior* serta dampaknya terhadap perilaku *compulsive buying*. Studi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis jurnal yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Berdasarkan studi literatur yang dilakukan, *self-efficacy* dan *self-control* berpengaruh terhadap *financial management behavior* dan *compulsive buying*. Hasil studi literatur juga menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh terhadap *self-control*, dengan demikian dengan meningkatkan tingkat *self-efficacy* dalam diri seseorang dapat menghindarkannya dalam tindakan kompulsif seperti *compulsive buying*.

Kata Kunci: *Financial Management Behavior; Self-efficacy; Self-control; Compulsive Buying*

PENDAHULUAN

Kegiatan membeli barang merupakan kegiatan yang lazim dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Namun terkadang terdapat kegiatan membeli barang yang tidak direncanakan dan kegiatan tersebut dilakukan secara berulang. Perilaku pengulangan pembelian tersebut biasa disebut dengan *compulsive buying*. *Compulsive buying* atau disebut juga dengan oniomania kemungkinan besar dipengaruhi oleh impulsivitas dan kompulsivitas. *Compulsive buying* dapat didefinisikan sebagai bentuk abnormal dalam berbelanja sebagaimana dikemukakan oleh Dittmar (2005) yang menyatakan terdapat empat tipe kelainan terkait dengan perilaku pembelian, yaitu: *impulse control*, *compulsive*, *addiction*, *depression*. *Compulsive buying* diperkirakan telah mempengaruhi 2-8% orang-orang dewasa di Amerika Serikat dan negara barat lainnya (Horváth, Büttner, Belei, & Adigüzel, 2015). *Compulsive buying* juga menjangkiti beberapa orang dewasa di Asia. Maskhuroh & Renanita (2018) melaporkan sekitar 19% dari responden di China dan 25% responden di Thailand merupakan *compulsive buyers*. *Social Learning Theory* pertama kali dikenalkan oleh Albert Bandura tahun 1969 dan menjelaskan mengenai bagaimana individu mempelajari perilaku yang menenkankan pada peran kognitif dan perkembangan manusia itu sendiri (Lajuni, Bujang, Karia, & Yacob, 2018). Perubahan perilaku dapat dipengaruhi oleh pengaruh lingkungan, faktor pribadi, dan atribut dari perilaku itu sendiri yang saling mempengaruhi atau dipengaruhi. *Social Learning Theory* dapat diterapkan dalam perilaku keuangan melalui *self-efficacy* yang telah diakui secara luas di berbagai perilaku yang relevan dengan pengurangan risiko keuangan (Ozmete & Hira, 2011). Ilmuwan sosial dalam bidang yang berhubungan dengan konsumen telah mengadopsi *Social Learning Theory* dalam studinya untuk menjelaskan perilaku kompulsif yakni oleh Valence, D'Astous, & Fournier, 1988 dan perilaku keuangan oleh Hira, 1997; Martin & Bush, 2000; Talang, Garrison, & Copur, 2010 (Lajuni *et al.*, 2018).

O'Guinn dan Faber dalam Weinstein, Maraz, Griffiths, Lejoyeux, & Demetrovics (2016) mengemukakan bahwa *compulsive buying* merupakan salah satu ekspresi dari kategori perilaku yang disebut dengan

konsumsi kompulsif. O'Guinn dan Faber menggambarkan pelaku yang terlibat dalam kegiatan *compulsive buying* sebagai individu yang membeli sesuatu namun tidak dengan tujuan untuk memperoleh utilitas atau jasa dari yang dibeli, melainkan untuk mencapai kepuasan melalui proses pembelian itu sendiri. *Compulsive buying* didorong oleh faktor psikologis seperti rendahnya tingkat *self-esteem*, dan emosi negatif, namun juga dapat menyebabkan masalah finansial yang juga dapat berkaitan dengan tekanan psikologis pelakunya (Helen, 2019). Achtziger, Hubert, Kenning, Raab, & Reisch (2015) mengatakan *compulsive buying* dapat membawa dampak negatif pada hubungan pribadi, hubungan dengan rekanannya, domain konsep diri seperti merasa bersalah, tekanan psikologis, dan juga dapat menyebabkan utang.

Financial management behavior yang meliputi proses menganggarkan, menabung, berinvestasi, mengeluarkan dan mengawasi penggunaan uang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku *compulsive buying*. "*Money management was a significant predictor of increased wealth, as well as decreased debt and compulsive buying*" (Donnelly, Iyer, & Howell, 2012). Individu yang memiliki kemampuan untuk mengatur keuangannya akan merasakan kepuasan finansial yang lebih tinggi, tingkat *financial stress* dan *compulsive buying* yang relatif rendah. Individu dengan tingkat *financial management behavior* yang tinggi akan memikirkan kembali ketika hendak melakukan keputusan pembelian sehingga pembelian atas barang atau jasa tepat sesuai kebutuhan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan *financial management* individu, salah satunya ialah *self-control*. Hipotesis dari *Behavioral Life Cycle* (BLC) yang diperkenalkan oleh Shefrin dan Thaler menyatakan bahwa perilaku keuangan seseorang ditentukan oleh kemampuannya untuk mengendalikan impuls dan biaya yang terkait dengan melakukan *self-control* (Strömbäck, Lind, Skagerlund, Västfjäll, & Tinghög, 2017).

Self-control memiliki peran penting dalam menentukan dan mengarahkan perilaku tiap individu termasuk perilaku kompulsif maupun perilaku seseorang dalam mengelola keuangannya. *Self-control* mengacu pada upaya untuk mengesampingkan atau mengubah kecenderungan respon dominan dari seseorang

yang mengganggu ataupun yang menghasilkan perilaku yang tidak diinginkan (Achtziger *et al.*, 2015). *Self-control* dapat mengendalikan impulsivitas dan kompulsivitas dikarenakan individu yang memiliki *self-control* yang baik dapat menahan godaan atau keinginan yang tiba-tiba muncul karena sebelumnya telah menetapkan tujuan dan selalu memantau setiap tindakannya agar tujuan tersebut tercapai. Penelitian dari Achtziger *et al.*, (2015) menemukan bahwa orang dengan tingkat *self-control* yang rendah memiliki kecenderungan untuk melakukan *compulsive buying*.

Selain *self-control* yang memiliki hubungan dengan *compulsive buying* dan *financial management behavior*, terdapat suatu konsep dalam perilaku psikologi yakni *self-efficacy* yang memiliki hubungan dengan *financial management behavior*. Konsep *self-efficacy* yang diperkenalkan oleh Bandura sekitar tahun 1994 mengacu ada keyakinan individu atas kemampuannya untuk mengatur, melakukan, dan menyelesaikan serangkaian tindakan yang dibutuhkan atas sesuatu yang diinginkan (Farrell, Fry, & Risse, 2015). Konsep *self-efficacy* jika diterapkan dalam konteks *financial management behavior* dikenal dengan istilah *financial self-efficacy*. *Financial self-efficacy* didefinisikan sebagai keyakinan pada kemampuan seseorang untuk mengubah perilaku keuangan ke arah yang lebih baik (Daness & Haberman dalam Herawati, Candiasa, Yadnyana, & Suharsono, 2018). *Financial self-efficacy* menjadikan individu memiliki rasa percaya diri yang lebih besar dalam memajemen keuangannya sehingga tujuan individu dapat tercapai. Penelitian yang telah dilakukan oleh Farrell *et al.*, (2015); Herawati *et al.*, (2018) menunjukkan bahwasanya *financial self-efficacy* mampu mempengaruhi perilaku keuangan seseorang.

Penelitian dengan topik *financial management behavior* telah banyak dilakukan dan terus mengalami perkembangan sejalan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan. Banyak peneliti terutama di Indonesia yang telah mengaitkan *financial management behavior* hanya sebatas pada kemampuan kognitif seperti *financial literature* dan *financial knowledge* tanpa memperhatikan faktor non kognitif yang juga turut berpengaruh terhadap *financial management behavior*. Seperti penelitian dari (Herdjiono & Damanik, 2016), (Dwiastanti, 2015), dan (Putri &

Rahyuda, 2017). Selain itu, kombinasi hubungan yang meneliti *self-efficacy*, *self-control* terhadap variabel *financial management behaviour* dan *compulsive buying* menjadikan penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang hanya menguji masing-masing variabel secara parsial seperti penelitian Farrell *et al.*, (2015), Horváth *et al.*, (2015), dan Strömbäck *et al.*, (2017).

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku *compulsive buying* pada umumnya dianggap sebagai kecenderungan kronis untuk menghabiskan uang di luar kebutuhan seseorang dan diakui sebagai masalah yang banyak berkembang di kalangan mahasiswa Amerika Serikat dan konsumen pada umumnya (Palan, Morrow, Trapp, & Blackburn, 2011). Salah satu faktor utama yang sering dikaitkan dengan peningkatan jumlah perilaku *compulsive buying* adalah bahwa kita hidup dalam budaya yang menganut materialisme. Budaya ini membuat individu memiliki keinginan untuk mengkosumsi barang atau jasa yang memberikan status dan kekuasaan yang kemudian menampilkannya ke publik sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan diri berupa kesenangan.

Compulsive buying secara medis didefinisikan sebagai gangguan kontrol impuls, gangguan mental yang ditandai oleh impuls yang tidak dapat menahan untuk terlibat dalam perilaku berbahaya atau tidak berperasaan untuk menangkal situasi emosi negatif seperti depresi, kecemasan dan kesepian. Di bidang pemasaran, *compulsive buying* didefinisikan sebagai pembelian kronis, berulang-ulang yang menjadi respons utama terhadap peristiwa atau perasaan negatif. Banyak penelitian yang telah mengaitkan beberapa variabel yang berbeda seperti *materialism*, *self-control*, *self-esteem* dengan *compulsive buying*. Studi literatur yang dilakukan dalam penelitian ini ialah untuk menggambarkan hubungan *self-control*, *financial management behavior*, dan *compulsive buying* dan juga hubungan antara *financial self-efficacy* dan *financial management*.

Hubungan antara *self-control* dan *compulsive buying* dalam studi ini dapat diketahui dari hasil penelitian Achtziger *et al.*, (2015) dan Horváth *et al.*, (2015). Penelitian dari Achtziger *et al.*, (2015) diperoleh hasil *self-control* menjadi prediktor negatif dari *compulsive buying* atau dengan kata lain *self-*

control berpengaruh negatif signifikan terhadap *compulsive buying*. Hubungan negatif antara *self-control* dan *compulsive buying* menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat *self-control* individu maka kecenderungan untuk melakukan *compulsive buying* semakin rendah, sejalan dengan orang dengan tingkat *self-control* yang tinggi dilaporkan memiliki lebih sedikit masalah dengan *compulsive buying*.

Senada dengan penelitian dari Ahtziger *et al.*, (2015), penelitian dari Horváth *et al.*, (2015) juga menunjukkan *self-control* memiliki pengaruh terhadap perilaku *compulsive buying* dan menyatakan bahwasanya non *compulsive buyers* menerapkan *self-control* yang berbeda dengan *compulsive buyers*. Hasil penelitian Ahtziger dan Horvath ini didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwasanya *compulsive buyers* memiliki tingkat *self-control* yang lebih rendah (Claes *et al.*, Raab, Elger, Neuner, dan Weber dalam Horváth *et al.*, (2015). *Self-control* sebagai sumber psikologis umum yang diperlukan untuk mengontrol pikiran, perasaan, impulsivitas dan juga perilaku yang tidak diinginkan digambarkan sebagai kemampuan seseorang untuk tidak memiliki kebiasaan buruk, menahan godaan, dan mampu mengatasi sikap impulsif. Ketika seseorang gagal mengontrol dirinya atau memiliki tingkat *self-control* yang rendah, seseorang dapat berlaku kurang optimal. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengontrol diri dipercaya sebagai salah satu faktor utama kesuksesan jangka panjang seseorang dalam berbagai aspek kehidupan (Strömbäck *et al.*, 2017).

Beberapa jurnal melakukan yang melakukan eksplorasi hubungan antara *self-control* dan *financial management behavior* maupun dengan *compulsive buying* ialah Biljanovska & Palligkinis (2013) dan Strömbäck *et al.*, (2017). Individu dengan *self-control* yang baik lebih cenderung teratur menyimpan uang dari gaji atau pendapatan mereka, yang berarti bahwa mereka lebih siap dalam mengelola pengeluaran yang tidak terduga dan lebih cenderung memiliki cukup uang untuk masa pensiun mereka (Biljanovska & Palligkinis, 2013). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *self-control* memiliki efek positif pada perilaku keuangan umum dengan melebarkan cakupan *saving behavior* ke dalam *financial behavior*. Sesuai dengan preposisi yang telah dibuat, penelitian dari Strömbäck *et al.*, (2017) juga mendukung penelitian dari

Biljanovska, ia meneliti pengaruh perbedaan individu dalam *self-control* dan faktor non-kognitif lainnya (*optimism*, *deliberative thinking* dan *demographic variable*) terhadap *financial behavior* dan *financial well-being*. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa individu dengan tingkat *self-control* yang tinggi dan memiliki kecenderungan untuk merencanakan masa depan mampu mengelola keuangannya dengan baik. Hasil analisis dari jurnal Biljanovska & Palligkinis (2013) dan Strömbäck *et al.*, (2017) tersebut didukung oleh penelitian Choi, Laibson, & Madrian (2011) yang menemukan bahwasanya orang dengan tingkat *self-control* yang rendah memiliki kemungkinan yang rendah untuk menyimpan cukup uang untuk masa pensiun yang berarti tidak mampu mengelola keuangannya dengan baik. Dengan demikian, *self-control* memiliki dampak positif terhadap *financial management behavior*.

Selain *self-control* memiliki hubungan dengan *financial management behavior* dan *compulsive buying*, *financial management behavior* juga memiliki hubungan dengan *compulsive buying*. Banyak literatur *financial management* terutama yang berfokus pada manfaat dari mengelola uang menyebutkan bahwa individu yang berhasil mengelola uang melaporkan merasakan kepuasan finansial yang lebih tinggi, lebih sedikit tekanan finansial, tingkat *compulsive buying* yang rendah, dan tingkat kepuasan hidup yang lebih (Donnelly *et al.*, 2012). Peneliti membahas mengenai *money management* dan *financial management behavior* dan kemudian menggabungkan keduanya menjadi *money management* karena korelasi yang cukup tinggi antar kedua konstruk. *Money management* menjadi prediktor yang signifikan atas terjadinya peningkatan kekayaan, penurunan utang dan *compulsive buying* (Donnelly *et al.*, 2012). Begitu pula penelitian Pham, Yap, & Dowling (2012) yang melakukan penelitian dengan mengaitkan tingkat *materialism* dalam menyelidiki hubungan *financial management practices* dan *compulsive buying*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial management practices* tidak berdampak pada *compulsive buying* pada saat tingkat *materialism* seseorang rendah dan *financial management practices* memiliki efek penyangga pada *compulsive buying* pada saat tingkat *materialism* tinggi.

Self-control sebagai faktor non-kognitif dalam konsep psikologi dapat mengarahkan seseorang untuk berperilaku dengan bijaksana. Seseorang dengan kemampuan *self-control* yang baik tidak akan memiliki masalah dengan *impulsive buying* maupun *compulsive buying* dan akan lebih bijak dalam mengelola keuangan (*financial management behavior*). Secara langsung, kemampuan *self-control* mengarahkan seseorang untuk memiliki perilaku manajemen keuangan yang baik dan meminimalisasi perilaku *compulsive buying*. Faktor non-kognitif lainnya yang diprediksi dapat mempengaruhi *financial management behavior* dan *compulsive buying* adalah *self-efficacy* yang dalam konteks keuangan dikenal dengan istilah *financial self-efficacy*. *Self-efficacy* dan *self-control* memiliki korelasi positif di bidang olahraga yang juga dapat diaplikasikan dalam bidang lainnya termasuk dalam konteks keuangan. Hasil penelitian dari Chen (2018) tersebut didukung oleh *Self-efficacy and Self-regulation Theories* milik Bandura yang menjelaskan bahwa *self-control* dipengaruhi oleh *self-efficacy* dan terdapat korelasi positif yang signifikan. Semakin tinggi tingkat *self-efficacy* seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat *self-control* yang dimilikinya.

Financial self-efficacy yang merupakan keyakinan atas kemampuannya dalam melakukan tindakan mencapai sesuatu dapat membuat seseorang yakin pada kemampuan diri untuk mengubah *financial management behavior* yang lebih baik. Kepercayaan diri yang cukup tinggi dapat mempengaruhi seseorang untuk membuat keputusan keuangan yang tepat yang artinya *financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior*. Penelitian dari Herawati *et al.* (2018) menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *financial behavior*, artinya setiap peningkatan *financial self-efficacy* selalu diikuti dengan peningkatan *financial behavior*. Penelitian tersebut mendukung penelitian dari Farrell *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa perempuan dengan tingkat *financial self-efficacy* yang lebih tinggi memiliki kemungkinan yang lebih kuat untuk memiliki investasi, hipotek atau rekening tabungan, sementara lebih kecil kemungkinannya untuk memiliki kartu kredit atau pinjaman atau dapat dikatakan memiliki *financial management behavior* yang baik.

Financial self-efficacy juga turut berpengaruh terhadap *compulsive buying*. Dalam jurnal Kaur (2018) dijelaskan bahwa *self-efficacy* yang lebih rendah lebih rentan terhadap stress, kecemasan, dan ketidakpuasan dalam dirinya sehingga akan terdorong untuk melakukan pembelian di luar kontrol. Ketidakmampuan untuk mengelola emosi tersebut mendorong adanya tindakan *compulsive buying* sebagai salah satu cara untuk mengatasi tekanan psikologis tersebut.

Compulsive Buying

Perilaku kompulsif merujuk pada perilaku yang bertentangan dengan kehendak seseorang secara sadar. Selanjutnya perilaku tersebut didorong oleh dorongan yang tidak dapat ditahan dan mengarah pada efek berbahaya pada individu. Terdapat dua kriteria yang harus terpenuhi sebelum mengklasifikasikan perilaku sebagai perilaku kompulsif, yakni perilaku harus berulang dan harus memberikan masalah bagi individu (Walker & Charles dalam Pandey, 2016) Perilaku kompulsif pada awalnya tampak memberikan bantuan secara instan atas kecemasan atau tekanan emosional yang dialami akan tetapi kepuasan yang diperoleh secara instan tersebut mengarah pada konsekuensi negatif dalam jangka panjang. Salah satu bentuk perilaku kompulsif dalam kegiatan pembelian disebut dengan pembelian kompulsif atau *compulsive buying*.

Compulsive buying tumbuh dari 2% ke angka 16% dari populasi umum dan diyakini sebagai masalah psikologis dan kejiwaan yang serius (Dittmar dalam Lee & Workman, 2015). Hasil penelitian tersebut membuat peningkatan yang cukup signifikan jumlah penelitian yang meneliti mengenai *compulsive buying* sebagai gangguan yang ditandai dengan masalah kontrol impuls sebagaimana telah dijelaskan oleh Kraepelin dan Bleuler pada awal tahun 1900-an. *Compulsive buying* dijelaskan sebagai pembelian ekstensif dan berulang yang tidak dapat dikendalikan. *Compulsive buying* terjadi cenderung dipengaruhi oleh suasana hati negatif daripada suasana hati yang positif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maskhuroh & Renanita (2018), penyebab individu melakukan *compulsive buying* beraneka ragam, dimulai dari stress, gangguan suasana hati dan kecemasan (masing-masing sebesar 91,7% dan 78.3% yang menyebabkan *compulsive buying*), serta adanya gangguan kepribadian.

Salah satu motif individu terlibat dalam *compulsive buying* ialah untuk melepaskan atau mengurangi kecemasan yang dirasakannya yang pada akhirnya akan terbebas dari stress dan merasakan bahagia. Motivasi utama dari pembelian kompulsif lebih sering pada pemenuhan kebutuhan psikologis bukan pada manfaat dari produk atau jasa yang dibeli. Sehingga *compulsive buying* sering diidentikkan sebagai kompensasi atau hadiah atas keadaan yang tidak menyenangkan tersebut.

Salah satu penyebab terjadinya *compulsive buying* ialah masalah psikologis namun *compulsive buying* juga dapat mengakibatkan masalah psikologis baru. *Compulsive buying* yang terjadi berulang memiliki dampak negatif baik secara psikologis maupun secara finansial. Dampak negatif secara psikologis dari *compulsive buying* ialah mengarah pada rasa bersalah, kegelisahan, stress bahkan depresi sedangkan masalah finansial mengacu pada pengeluaran yang tidak terkontrol, kesusahan untuk memulai investasi bahkan dapat menyebabkan hutang yang relatif tinggi. Baik dampak psikologis maupun dampak finansial tersebut jika terjadi dalam jangka waktu yang cukup lama dapat berimbas kepada lingkungan sosialnya. Menurut O'Guinn dan Faber dalam Akhadiyah (2017) menjelaskan bahwa *compulsive buying* memiliki karakteristik 1) Mempunyai keinginan yang kuat untuk mendapatkan sesuatu; 2) Mempunyai keinginan kuat untuk menggunakan barang yang baru; 3) Adanya perasaan yang tidak terkontrol untuk melakukan pembelian; 4) Biasa pergi berbelanja setiap kali muncul dorongan untuk melakukan pembelian.

Sedangkan Edward dalam Felicia, Elvinawaty, & Hartini (2014) mengemukakan pendapat mengenai aspek-aspek dari *compulsive buying* terdiri dari: 1) *Tendency to spend*, mengarah pada kecenderungan individu untuk berbelanja dan membeli secara berlebihan; 2) *Compulsion/drive to spend*, dorongan yang terdapat dalam diri individu, kesenangan, tindakan kompulsif, dan impulsivitas dalam berbelanja dan pola dalam membeli; 3) *Feeling (joy) about shopping and spending*, individu akan menikmati aktivitas berbelanja dan membeli; 4) *Dysfunctional spending*, tingkat disfungsi lingkungan dari individu sebagai akibat dari perilaku berbelanja pihak yang bersangkutan; 5) *Post-purchased guilt*, terdapat perasaan penyesalan dan rasa

malu yang dialami setelah individu melakukan pembelian secara berlebihan.

Compulsive buying yang diperkirakan telah mempengaruhi 2-8% orang-orang dewasa di Amerika Serikat dan negara barat lainnya Horváth *et al.* (2015) ini juga menjangkiti beberapa orang dewasa di Asia. Maskhuroh & Renanita (2018) melaporkan sekitar 19% dari responden di China dan 25% responden di Thailand merupakan *compulsive buyers*. Wanita dilaporkan lebih banyak mengalami *compulsive buying* daripada pria (Lee & Workman, 2015). Hal ini dikarenakan wanita kemungkinan untuk memperoleh kesenangan dari kegiatan berbelanja jauh lebih besar daripada yang pria dapatkan. Kesempatan berbelanja juga menjadi salah satu alasan mengapa *compulsive buying* lebih banyak menjangkiti wanita karena wanita melakukan lebih banyak kegiatan berbelanja untuk rumah tangga seperti belanja bulanan.

Compulsive buying memiliki sifat adiktif terhadap pelakunya sehingga *compulsive buyers* kerap merasakan keinginan untuk membeli sesuatu dan memiliki ketergantungan berbelanja yang tinggi yang mengarah pada hilangnya *self-control*. *Compulsive buyers* sering menunjukkan tingkat impulsivitas yang tinggi atas perilaku pembeliannya tanpa memperhatikan antara kebutuhan dan keinginan. Alasan tersebut yang menjadikan *compulsive buying* sering diasumsikan berkaitan dengan masalah *self-control*. Alasan tersebut dibuktikan dengan penelitian dari Ahtziger *et al.* (2015) dan Horváth *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa *self-control* berpengaruh signifikan terhadap *compulsive buying*.

Self-control sebagai sumber daya psikologis digunakan untuk mengendalikan perilaku *compulsive buying* sebagaimana *self-control* mengacu pada upaya untuk mengubah kecenderungan respon dominan seseorang atas suatu perilaku. Melawan kebiasaan buruk, menahan godaan, dan disiplin terhadap diri sendiri merupakan cerminan kemampuan untuk melakukan *self-control*. Tingkat *self-control* antar individu berbeda dan dapat diukur dengan *Self Control Scale* (SCS) yang dikembangkan Tangney, Baumeister dan Boone (Ahtziger *et al.*, 2015). SCS dikembangkan dengan tujuan untuk mendapatkan instrumen yang mengukur indeks pengendalian diri secara keseluruhan dengan mengukur empat domain utama dari

self-control, yakni: pikiran, emosi, kinerja dan impuls.

Adanya pengukuran mengenai *self-control* tersebut dapat membuat penelitian mengenai hubungan *self-control* dan *compulsive buying* beragam dikarenakan para peneliti dapat menggunakan empat domain umum dari *self-control* ataupun domain lain yang lebih spesifik seperti langsung mengaitkannya dengan *money spending behavior*. Horváth *et al.* (2015) dan Biljanovska & Palligkinis (2013) turut memberikan kerangka komponen yang dapat digunakan dalam upaya pengendalian diri dengan memperkenalkan tiga komponen yakni (a) standar dan tujuan, (b) pemantauan (monitoring), dan (c) kapasitas untuk menerapkan kontrol (komitmen). Untuk mengetahui hubungan *self-control* dan *compulsive buying* juga dapat dilakukan dengan menggunakan aspek impulsif (urgensi, kurangnya kegigihan, dan kurangnya perencanaan) yang juga memiliki korelasi positif dengan *compulsive buying*.

Kemampuan menentukan standar dan tujuan mengacu pada kemampuan seseorang untuk merencanakan masa depan, dalam hal ini individu dapat menunjukkan perilaku dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang seperti perilaku menabung ketika seseorang memiliki tujuan untuk membeli rumah (Biljanovska & Palligkinis, 2013). Individu yang memiliki standar dan tujuan yang jelas atas apa yang mereka inginkan memiliki kemungkinan yang kecil untuk terlibat dalam *impulsive buying* atau pengeluaran secara berlebih. Dengan demikian, individu tersebut memiliki kemampuan untuk mengelola harta bendanya dengan lebih baik, lebih mungkin untuk menabung, memiliki tingkat kekayaan bersih yang lebih tinggi. Kondisi tersebut yang akan membuat individu terhindar dari masalah finansial.

Kegiatan monitoring atau pemantauan mengacu pada kemampuan individu untuk menelusuri perilaku yang relevan. Dalam hal perilaku keuangan dan pengambilan keputusan, kegiatan pemantauan mengarah pada bagaimana seseorang mengalokasikan sumber daya keuangan dalam rumah tangga (Biljanovska & Palligkinis, 2013). Jika individu tidak memperhatikan “kemana uang mereka pergi,” maka akan timbul kecenderungan untuk membelanjakan uang tersebut pada pembelian yang tidak dibutuhkan. Dampak dari tidak

dilakukannya kegiatan pemantauan ialah dapat menyebabkan seseorang sedikit menabung dan dapat menghambat pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Unsur dari kegiatan *self-control* mengacu pada kemampuan seseorang untuk mempertahankan perhatian dan fokus pada standar dan tujuan yang telah ditetapkan dalam menghadapi godaan dan menahan keinginan atau berkomitmen atas apa yang telah ditetapkan (Biljanovska & Palligkinis, 2013). Seseorang akan dihadapkan pada kemampuannya untuk menolak pembelian yang tidak diperlukan setelah tujuan membeli rumah ditetapkan dan memantau pengeluarannya melalui kegiatan monitoring demi tercapainya tujuan tersebut. Ketiga komponen yang telah dijelaskan ini harus dilakukan secara bersamaan sehingga *self-control* dapat dilakukan dan tujuan dapat tercapai.

Kegiatan pembelian dan tindakan yang mengangkat status sosial atau sifat *materialism* dalam *compulsive buying* sering dihadapkan dengan kurangnya *self-control* yang dapat mengakibatkan konsekuensi negatif seperti hutang (Achtziger *et al.*, 2015). Memperkuat tingkat *self-control* pada individu dapat berdampak pada berkurangnya kecenderungan *compulsive buying*. Peningkatan *self-control* dapat membuat individu menahan keinginannya yang kuat untuk membeli sesuatu sehingga mereka cenderung berhemat dan menyimpan uangnya dengan harapan memiliki kondisi keuangan yang lebih baik daripada individu dengan tingkat *self-control* yang rendah. Selain itu, individu dengan tingkat *self-control* yang baik memiliki rasa cemas yang rendah terhadap hal-hal yang berbau finansial dan merasa aman secara psikologis terkait kondisi finansial saat ini dan yang akan datang (Strömbäck *et al.*, 2017).

Meskipun berpengaruh signifikan terhadap *compulsive buying*, namun *self-control* bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi perilaku *compulsive buying* seseorang. Selain *self-control*, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi *compulsive buying* diantaranya adalah *power prestige* dan *credit card misuse* (penyalahgunaan kartu kredit) yang berpengaruh positif signifikan terhadap *compulsive buying* (Palan *et al.*, 2011). Penawaran seperti pemberian potongan harga yang dilakukan oleh toko atau suatu merk (Pandey, 2016) *budget constraints*, *materialism* dan pembelian impulsif (Omar, 2014) juga

dapat mempengaruhi perilaku *compulsive buying* seseorang. Singh & Nayak (2016) turut meneliti mengenai *compulsive buying* dengan menggunakan hubungan orangtua dan anak. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kohesi dan konflik antara orangtua dan anak secara tidak langsung berpengaruh terhadap peningkatan perilaku *compulsive buying* sang anak. Kedua variabel tersebut dapat berpengaruh terhadap *compulsive buying* dengan menggunakan peran *self-esteem* sebagai variabel mediasi.

Financial Management Behavior

Selain berpengaruh signifikan terhadap *compulsive buying*, *self-control* juga berhubungan dengan *financial management behavior*. Individu dengan tingkat *self-control* yang lebih tinggi dan yang condong untuk merencanakan masa depannya mengelola keuangannya dengan baik sehingga kecenderungan *compulsive buying* akan rendah. Individu dengan *self-control* yang baik lebih cenderung teratur menyimpan uang dari gaji atau pendapatan mereka, yang berarti bahwa mereka lebih siap dalam mengelola pengeluaran yang tidak terduga dan lebih cenderung memiliki cukup uang untuk masa pensiun mereka (Biljanovska & Palligkinis, 2013). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *self-control* memiliki efek positif pada perilaku keuangan umum dengan melebarkan cakupan *saving behavior* ke dalam *financial behavior*. Penggunaan tiga komponen dalam mengukur *self-control* dalam penelitian Biljanovska ini memberikan pengetahuan baru bahwasanya *self-control* tidak hanya membahas mengenai bagaimana individu menahan godaan maupun menahan impuls yang ada. Komponen tersebut adalah penetapan tujuan, pemantauan, dan adanya komitmen yang telah ditetapkan.

Hasil penelitian tersebut didukung penelitian Strömbäck *et al.* (2017) bahwa *self-control* berpengaruh positif dengan *financial management behavior*. Orang dengan tingkat *self-control* yang tinggi dalam penelitian Strömbäck *et al.* (2017) digambarkan sebagai orang yang rutin menabung dan mempersiapkan dana darurat serta memiliki banyak persiapan dalam hal finansial untuk menyambut masa pensiun. Individu dengan perilaku tersebut dapat dikatakan bahwa orang tersebut memiliki *saving behavior* yang baik sebagai salah satu indikasi *financial management behavior* yang baik.

Strömbäck *et al.* (2017) tidak hanya menguji hubungan *self-control* dan *financial behavior* namun juga mengembangkan konstruk psikologi selain *self-control* dalam penelitiannya, yakni *optimism* dan *tendency to think deliberatively*. Pengembangan tersebut memberikan pengetahuan baru bahwasanya tidak hanya *self-control* yang mampu memengaruhi seseorang untuk menabung yang merupakan bagian dari *financial management behavior* namun juga *optimism* dan *tendency to think deliberatively* turut mempengaruhinya. *Self-control* berpengaruh terhadap *financial management behavior* baik tanpa variabel kontrol maupun dengan variabel kontrol berupa *income*, *age*, *sex*, *education* dan *financial literacy*. *Financial literacy*, *age* dan *income* berpengaruh positif terhadap *financial behavior* dan tidak terdapat perbedaan dalam *financial behavior* baik bagi pria maupun wanita (Strömbäck *et al.*, 2017).

Financial behavior adalah kegiatan manajemen keuangan pada tingkat individu. Aspek perilaku keuangan terkait dengan empat konsep penting dari *financial management behavior* yang baik, yakni: 1) perilaku dalam menulis perencanaan atau penganggaran keuangan; 2) perilaku dalam menabung atau melakukan investasi; 3) perilaku dalam menggunakan atau mengeluarkan uang; 4) perilaku dalam mengevaluasi terkait penggunaan anggaran (Herawati *et al.*, 2018). Para ilmuwan sosial sepakat bahwa cara efektif untuk memprediksi proses keuangan dan perekonomian tergantung bagaimana individu memahamu sikap dan perilaku masyarakat terhadap hal-hal yang berkaitan dengan uang serta karakteristik berbagai kelompok sosial yang berbagi pandangan dan berperilaku sama.

Financial management behavior yang efektif ialah ketika individu memiliki kemampuan untuk mengelola, mengendalikan keuangannya dan bertanggung jawab atas keputusan finansial yang diambil. *financial management behavior* yang efektif dapat berkontribusi terhadap kepuasan finansial dan kesejahteraan finansial baik di masa depan maupun saat ini (Bamforth, Jebarajakirthy, & Geursen, 2018). Sebelum mengelola keuangannya, individu dituntut untuk meningkatkan kesadaran fiskalnya sehingga mampu mengelola sumber daya keuangannya secara efisien dan efektif. Kesadaran fiskal yang dimaksud ialah kemampuan seseorang untuk

menggunakan keterampilan dan pengetahuannya dalam bidang keuangan.

Bamforth & Geursen (2017) dalam penelitiannya mengemukakan bahwasanya faktor ekonomi, faktor sosial dan faktor psikologis turut mempengaruhi pembentukan *financial management behavior* pada generasi milenial. Biaya pendidikan yang tinggi di Amerika dan Australia membuat banyak pemuda memiliki pinjaman pendidikan yang cukup tinggi. Keadaan tersebut diperparah dengan menyusutnya pasar pekerjaan sehingga mereka kesusahan untuk mendapatkan pekerjaan. Kompleksitas masalah tersebut membuat generasi milenial di Amerika dan Australia memperhatikan pengelolaan keuangannya agar dapat mencapai kepuasan finansial yang lebih tinggi.

Pengaruh dan tekanan sosial atas norma-norma finansial *management behavior* juga dapat mempengaruhi cara individu dalam memandang dan berinteraksi dengan uang. Individu yang lahir di generasi yang berbeda (generasi *Baby Boomer*, *Gen X* dan *Millenials*) tentu memiliki cara yang berbeda dalam membuat keputusan keuangan. Perbedaan generasi dan cara tersebut berpengaruh terhadap *financial management behavior*. Keputusan tentang pengelolaan uang juga dipengaruhi oleh keadaan psikologis individu. Emosi positif seperti kebahagiaan dapat mengurangi selera risiko (*the appetite for risk*) dan dapat meningkatkan waktu yang digunakan untuk pengambilan keputusan, perencanaan, dan pengendalian keuangan. Emosi positif tentang uang mendorong pengambilan keputusan yang sehat dan informatif yang berkontribusi terhadap kepuasan hidup (Bamforth & Geursen, 2017). Sebaliknya, emosi negatif dapat menyebabkan dapat meningkatkan stres, kecemasan, dan frustrasi yang mendorong individu untuk melakukan pengeluaran dengan kontrol yang rendah. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor psikologis dapat berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

Financial management behavior yang efektif tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan dan kesejahteraan finansial (*financial well-being*) saja tetapi juga terhadap perilaku kompulsif sebagai gangguan psikologis yang juga dapat mempengaruhi *financial well-being* seseorang. Gagasan tersebut didasarkan atas penelitian dari Donnelly *et al.* (2012) yang menyatakan *financial management* menjadi

prediktor yang signifikan atas terjadinya *compulsive buying*. Sejalan dengan hasil penelitian Donnelly *et al.* (2012), Pham *et al.* (2012) mengatakan bahwa *financial management practices* berpengaruh terhadap *compulsive buying* ketika individu memiliki tingkat *materialism* yang tinggi. Dari hasil penelitian tersebut, dapat dipahami bahwa *financial management behavior* yang baik tidak hanya memberi manfaat dalam jangka panjang seperti tingkat *financial well-being* yang tinggi tetapi juga jangka pendek seperti menghindarkan individu dari perilaku kompulsif seperti *compulsive buying*.

Selain *self-control*, salah satu faktor psikologis yang dapat mempengaruhi *financial management behavior* ialah *self-efficacy* yang dalam konteks keuangan disebut dengan *financial self-efficacy*. *Financial self-efficacy* mengacu pada keyakinan seseorang atas kemampuannya sendiri untuk mencapai tujuan keuangannya. *Financial self-efficacy* dipercaya dapat mendorong individu untuk membuat keputusan keuangan yang tepat sehingga akan berdampak pada *financial management behavior*. *Financial self-efficacy* dapat berperan sebagai variabel independen maupun sebagai variabel moderator untuk mempengaruhi *financial management behavior* seseorang. Seperti hasil penelitian yang telah disampaikan, yakni penelitian dari Farrell *et al.* (2015); Herawati *et al.* (2018) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat *financial self-efficacy* yang tinggi memiliki kemungkinan yang lebih kuat untuk memili *financial management behavior* yang efektif. *Financial self-efficacy* merupakan sifat psikologis yang memiliki pengaruh signifikan terhadap beragam perilaku keuangan. *Financial self efficacy* adalah kemampuan untuk mendesak keyakinan atau kepercayaan yang dibutuhkan konsumen dalam menggunakan layanan keuangan formal yang tersedia dengan tujuan hidup yang lebih baik di masa mendatang. Serupa dengan Farrell *et al.* (2015); Herawati *et al.* (2018), penelitian dari Asebedo, Seay, Archuleta, & Brase (2019) memberikan bukti yang konsisten bahwa tingkat *financial self-efficacy* yang lebih tinggi mendukung perilaku keuangan yang bijaksana.

Self-efficacy selain dapat berpengaruh terhadap perilaku keuangan seseorang, *self-efficacy* juga dapat berpengaruh terhadap *compulsive buying*. Seperti yang telah dijelaskan oleh Kaur (2018) dalam penelitiannya, tingkat kepercayaan yang rendah

atas kemampuan diri sendiri dapat memicu tekanan psikologis seperti stress dan cemas. Tekanan psikologis tersebut yang memicu seseorang untuk melakukan *compulsive buying*. Penelitian mengenai hubungan *self-efficacy* dan *compulsive buying* masih tergolong minim, namun dapat merujuk pada hasil penelitian Moon, Rasool, & Attiq (2015) yang meneliti tentang *Personality dan Irregular Buying Behavior*. Moon *et al.* (2015) menjelaskan bahwa dari 641 konsumen di Islamabad yang memiliki tingkat kepercayaan yang rendah terhadap kemampuan pembelian menjadi pembeli impulsif dan kompulsif (*compulsive buyer*).

Hasil studi literatur menunjukkan bahwa baik *self-control* maupun *self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap *financial management behavior* dan *compulsive buying*. Penelitian dari Chen, Li, Xie, Li, & Guodong (2018) yang menjelaskan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *self-control*. *Self-efficacy* sebagai faktor psikologis memiliki peran dalam mempengaruhi bagaimana *self-control* dalam diri individu bekerja. Dari hasil penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya *self-efficacy* merupakan faktor utama yang mempengaruhi tindakan seseorang. Sehingga dengan meningkatkan tingkat *self-efficacy* dalam diri seseorang dapat meminimalisasi seseorang untuk terlibat dalam kegiatan *compulsive buying*.

METODE PENELITIAN

Penelitian penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemampuan kognitif seseorang terhadap perilaku mereka seperti pengaruh *self-efficacy* dan *self-control* terhadap *financial management behavior* dan *compulsive buying*. Peneliti dengan melakukan studi literatur ingin melakukan penelitian dengan lingkup yang lebih besar dengan menggambarkan hubungan faktor non kognitif (*self-control* dan *financial self-efficacy*) dengan *financial management behavior* serta kaitannya dengan fenomena yang mulai menarik perhatian yakni *compulsive buying*. Penelitian dengan lingkup tersebut masih sedikit dilakukan. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, peneliti ingin melakukan studi literatur mengenai *financial management behaviour* dan kaitannya dengan *self-control*, *financial self-efficacy* dan *compulsive buying*. Studi literatur dilakukan dengan menelaah 10 jurnal terkait *self-control*, *financial self-efficacy*, *financial*

management behavior, dan *compulsive buying*. Hasil analisis dari berbagai literatur digunakan untuk mengetahui pengaruh *self-control* dan *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior* dan *compulsive buying*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil studi literatur menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *self-control*. Semakin tinggi tingkat *self-efficacy* maka akan semakin tinggi tingkat *self-control* seseorang. Tingkat *self-control* dan *self-efficacy* yang tinggi akan mendorong seseorang untuk mengelola keuangannya dengan lebih bijak dikarenakan *self-control* dan *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Selain berpengaruh terhadap *financial management behavior*, *self-control* dan *self-efficacy* juga berpengaruh terhadap *compulsive buying*. Seseorang yang dapat mengendalikan dirinya dapat dicirikan dengan membeli barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan psikologisnya. *Compulsive buying* dapat diminimalisasi dengan cara menerapkan *financial management behavior* yang baik, karena tindakan *compulsive buying* dipengaruhi oleh *financial management behavior*. *Financial management behavior* yang bijaksana tidak hanya akan menghindarkan seseorang dari perilaku kompulsif termasuk *compulsive buying* namun juga dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan kesejahteraan finansial seseorang.

Hasil temuan dari beberapa jurnal yang telah dianalisis tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman *financial management behavior* dan *compulsive buying*. Semua jurnal yang telah dianalisis sepakat bahwa *self-control* dan *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* dan *compulsive buying*. Dari hasil tersebut, hendaknya upaya peningkatan *self-efficacy* sebagai keyakinan atas kemampuannya untuk mencapai sesuatu terus dilakukan karena *self-efficacy* berhubungan langsung dengan tingkat *self-control* seseorang. Semakin tinggi tingkat *self-efficacy* maka akan diikuti oleh tingkat *self-control* yang semakin tinggi. Semakin tinggi tingkat *self-control* seseorang maka individu tersebut dapat dengan lebih bijak mengatur keuangan dan meminimalisasi keterlibatannya dalam tindakan *compulsive buying*.

Implikasi Teoritis

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat membantu para akademisi untuk mengetahui model konsep baru mengenai penelitian dengan topik *financial management behavior*. Model konsep tidak hanya memperkenalkan perihal perilaku keuangan namun juga membahas faktor psikologis dan juga dampak dari perilaku keuangan dan faktor psikologis tersebut yakni *compulsive buying*.

Implikasi Praktis

Mengingat jumlah pembeli kompulsif meningkat dan menyebar dari Amerika ke Eropa dan kemudian ke negara-negara Asia, maka secara global akan banyak orang yang berisiko atas konsekuensi *compulsive buying* baik dari sisi psikologis, sosial, maupun ekonomi. Baik pembuat kebijakan maupun praktisi disarankan untuk dilakukan praktik manajemen keuangan atau *financial management practices* karena melihat banyaknya manfaat yang diperoleh dari *financial management behavior* yang efektif. Praktik manajemen keuangan merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh untuk mengurangi bahkan menghentikan pengeluaran yang berlebihan dan kecil kemungkinannya pembeli kompulsif terlibat dalam praktik manajemen keuangan tersebut. Selain itu, penyediaan layanan umum dan konten *online* yang dapat menambah pengetahuan keuangan juga perlu untuk dipertimbangkan adanya.

Saran

Penelitian dilakukan hanya dengan memasukkan faktor non kognitif sebagai faktor yang dapat berpengaruh terhadap *financial management behavior* dan *compulsive buying*, padahal terdapat faktor kognitif dari individu yang juga dapat berpengaruh terhadap *financial management behavior* dan *compulsive buying*, seperti *financial knowledge* dan *financial literacy*. Penelitian juga tidak menyertakan faktor sosial demografi dalam rumusan masalah yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap *financial management behavior* dan *compulsive buying*. Penggeneralisasian hasil penelitian juga menjadi keterbatasan dalam penelitian ini karena perbedaan negara, kalangan dan juga perbedaan budaya dapat mempengaruhi hasil penelitian ini.

Berhubungan dengan keterbatasan penelitian tersebut, berikut terdapat saran-saran yang dilakukan untuk para peneliti yang tertarik

untuk mengeksplorasi topik terkait, yakni dengan menyertakan faktor non-kognitif lainnya seperti *materialism* dan *self-esteem* yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap *financial management behavior* dan *compulsive buying*. Penyertaan faktor kognitif dan faktor sosial demografi dalam penelitian juga disarankan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih kompleks. *Financial outcomes* seperti *financial well-being* juga bisa ditambahkan dalam model konsep penelitian sehingga peneliti dan pembaca mengetahui lebih jauh dampak dari tindakan yang dilakukannya pada saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Raab, G., & Reisch, L. (2015). Debt Out of Control: The Links Between Self-Control, Compulsive Buying, and Real Debts. *Journal of Economic Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.04.003>
- Akhadiyah, R. F. (2017). *PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF PRODUK FASHION (Survei Pada Konsumen Fashion Malang Town Square Di Kota Malang)*. 48(1), 19–27.
- Asebedo, S. D., Seay, M. C., Archuleta, K., & Brase, G. (2019). The Psychological Predictors of Older Preretirees' Financial Self-Efficacy. *Journal of Behavioral Finance*, 20(2), 127–138. <https://doi.org/10.1080/15427560.2018.1492580>
- Bamforth, J., & Geursen, G. (2017). Categorising the money management behaviour of young consumers. *Young Consumers*, 18, 0. <https://doi.org/10.1108/YC-01-2017-00658>
- Bamforth, J., Jebarajakirthy, C., & Geursen, G. (2018). Understanding undergraduates' money management behaviour: a study beyond financial literacy. *International Journal of Bank Marketing*, 36. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0104>
- Biljanovska, N., & Palligkinis, S. (2013). Control Thyself: Self-Control Failure and Household Wealth. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2341701>

- Chen, X., Li, B., Xie, J., Li, Y., & Guodong, Z. (2018). *The Big Five, Self-efficacy, and Self-control in Boxers*. <https://doi.org/10.1101/361295>
- Choi, J., Laibson, D., & Madrian, B. (2005). *\$100 Bills on the Sidewalk: Suboptimal Investment in 401(k) Plans*.
- Dittmar, H. (2005). A New Look at Compulsive Buying?: Self-Discrepancies and Materialistic Values as Predictors of Compulsive Buying Tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology - J SOC CLIN PSYCHOL*, 24, 832–859. <https://doi.org/10.1521/jscp.2005.24.6.832>
- Donnelly, G., Iyer, R., & Howell, R. (2012). The Big Five personality traits, material values, and financial well-being of self-described money managers. *Journal of Economic Psychology*, 33, 1129–1142. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2012.08.001>
- Dwiastanti, A. (2015). Financial Literacy as the Foundation for Individual Financial Behavior. *Journal of Education and Practice*, 6(33), 99–105. Retrieved from <http://www.eric.ed.gov/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=EJ1083664>
- Farrell, L., Fry, T., & Risse, L. (2015). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behaviour. *Journal of Economic Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.07.001>
- Felicia, F., Elvinawaty, R., & Hartini, S. (n.d.). Kecenderungan Pembelian Kompulsif: Peran Perfeksionisme dan Gaya Hidup Hedonistik. *Psikologia: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 9(3).
- Helen, D. (2019). Preventing compulsive shopping among young South-Africans and Germans. *Young Consumers*, 20(1), 29–43. <https://doi.org/10.1108/YC-08-2018-0842>
- Herawati, N., Candiasa, I., Yadnyana, I., & Suharsono, N. (2018). Factors That Influence Financial Behavior Among Accounting Students in Bali. *International Journal of Business Administration*, 9, 30. <https://doi.org/10.5430/ijba.v9n3p30>
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan Universitas Musamus*, 9(3), 226–241.
- Horváth, C., Büttner, O., Belei, N., & Adigüzel, F. (2015). Balancing the Balance: Self-Control Mechanisms and Compulsive Buying. *Journal of Economic Psychology*, 49. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.05.004>
- Kaur, S. (2018). Compulsive Buying Behaviour in relation to Self Control and Generalized Self Efficacy among Young Professionals. *Journal Homepage: International Journal of Research in Social Sciences*, 8(3), 2249–2496.
- Lajuni, N., Bujang, I., Karia, A. A., & Yacob, Y. (2018). Religiosity, Financial Knowledge, And Financial Behavior Influence On Personal Financial Distress Among Millennial Generation. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(2), 92–98.
- Lee, S.-H., & Workman, J. (2015). Compulsive buying and branding phenomena. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 1. <https://doi.org/10.1186/s40852-015-0004-x>
- Maskhuroh, S., & Renanita, T. (2018). Pembelian Kompulsif Ditinjau dari Kontrol Diri Guru Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmu Perilaku*, 2, 15. <https://doi.org/10.25077/jip.2.1.15-24.2018>
- Moon, M., Rasool, H., & Attiq, S. (2015). Personality and Irregular Buying Behavior: Adaptation and Validation of Core Self Evaluation Personality Trait Model in Consumer Impulsive and Compulsive Buying Behavior. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 15, 121–131.
- Omar, N. A. (2014). Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem, materialism, impulsive buying and budget constraint. *Intangible Capital*, 10, 446.
- Ozmete, E., & Hira, T. (2011). Conceptual analysis of behavioral theories/models: Application to financial behavior. *European Journal of Social Sciences*, 18, 386–404.

- Palan, K. M., Morrow, P. C., Trapp, A., & Blackburn, V. (2011). Compulsive Buying Behavior in College Students: The Mediating Role of Credit Card Misuse. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(1), 81–96. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190105>
- Pandey, S. (2016). The Effect of Deals and Moods on Compulsive Buying: A Study on Young Indian Consumers. *Global Business Review*, 17. <https://doi.org/10.1177/0972150915619821>
- Pham, T., Yap, K., & Dowling, N. (2012). The impact of financial management practices and financial attitudes on the relationship between materialism and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 33, 565–573. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.007>
- Putri, N. M. D. R., & Rahyuda, H. (2017). Pengaruh Tingkat Financial Literacy dan Faktor Sosiodemografi terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(9), 3407–3434.
- Singh, R., & Nayak, J. (2016). Effect of family environment on adolescent compulsive buying: mediating role of self-esteem. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28, 396–419. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2015-0082>
- Strömbäck, C., Lind, T., Skagerlund, K., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 14. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.04.002>
- Weinstein, A., Maraz, A., Griffiths, M., Lejoyeux, M., & Demetrovics, Z. (2016). *Compulsive Buying—Features and Characteristics of Addiction*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-800634-4.00098-6>