

**KOLABORASI RISET
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH MATERIALISME DAN *FINANCIAL ATTITUDE*
TERHADAP PERILAKU MENABUNG KELUARGA MUDA
DI JAWA TIMUR DENGAN *IMPULSIVE BUYING*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

ARTIKRL ILMIAH

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

Yunita Indah Trisnawati
2015210419

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2019

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Yunita Indah Trisnawati
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 10 Juni 1997
NIM : 2015210419
Program Studi : Manajemen
Program Studi : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul : Pengaruh Materialisme dan *Financial Attitude* terhadap Perilaku Menabung Keluarga Muda Di Jawa Timur dengan *Impulsive Buying* sebagai Variabel Mediasi

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 28 Maret 2019



(Mellyza Silvy, SE, M.Si)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,
Tanggal : 28 Maret 2019



(Burhanudin S.E., M.Si., Ph.D)

**PENGARUH DAN MATERIALISME DAN *FINANCIAL ATTITUDE*
TERHADAP PERILAKU MENABUNG KELUARGA MUDA
DI JAWA TIMUR DENGAN *IMPULSIVE BUYING*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Yunita Indah Trisnawati

STIE Perbanas Surabaya

Email : yunitaindah6@gmail.com

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

Mellyza Silvy, S.E.,M.,Si

STIE Perbanas Surabaya

Email : meliza@perbanas.ac.id

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

This object of this research is to investigate the impact materialism and financial attitude towards on young families in east java with impulsive buying as a mediator variable. The population of the research was the young families in east java. The samples were taken by using the purposive sampling technique and snowball sampling technique. The data of the research were gathered through questionnaire. The data of the research were analyzed by SEM-PLS. The result of the research shows that materialism has an impact of -0,00 on the saving behaviour of the young families with a negative non significance and financial attitude has an impact 0,50 on the saving behaviour of the young families with a positive significance. So it can be said that the materialism and financial attitude adequate affect on the saving behaviour. When the materialism increases the saving behaviour decreases. When financial attitude increases the saving behaviour increases. The examination result showed that materialism has an impact on saving behaviour with impulsive buying as mediator variabel.

Keywords: *Materialism, Financial attitude, Impulsive buying, Saving behaviour*

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang dipengaruhi oleh globalisasi menyebabkan pemenuhan kebutuhan setiap rumah tangga tidak lagi dapat diprediksi. Pengelolaan keuangan dirasa sangat penting dewasa ini, mengingat saat ini pertumbuhan konsumsi masyarakat yang terus meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat dan pertumbuhan perekonomian yang semakin membaik. Hal ini tidak terlepas dari tingkat pertumbuhan perekonomian rumah tangga di Indonesia yang mengalami peningkatan menurut Nye & Hillyard, (2013), sehingga muncul upaya untuk menyalakan keterbatasan atau ketidakpastian keuangan rumah tangga

dengan mengurangi kuantitas dan kualitas pangan keluarga dengan melakukan manajemen keuangan dalam berutang dan menabung. Perkembangan rata-rata rasio tabungan rumah tangga Indonesia terhadap total pendapatannya juga relatif rendah yakni hanya sebesar 8,5 persen. Rumah tangga yang memiliki pendapatan paling rendah hanya memiliki rasio tabungan sebesar 5,2 persen, sedangkan rumah tangga Indonesia yang berpendapatan paling tinggi memiliki rasio tabungan sebesar hanya 12,60 persen (www.ojk.go.id, 2016). Pada saat ini masyarakat Indonesia cenderung melakukan pembelian tanpa memperhatikan prinsip keuangan yang ada yaitu membeli barang dan jasa yang

dibutuhkan (*need*), bukan yang diinginkan (*want*) masyarakat lebih sering melakukan pembelian sesuai dengan keinginan bukan sebagai kebutuhan (*forum.idws.id, 2016*). Gaya hidup yang semakin modern menjadikan masyarakat indoensia rela bekerja keras untuk mendapatkan banyak uang demi kepemilikan duniawi yang diinginkan sehingga sesuai dengan yang diharapkan (Ardiani Ika S., 2011). Materialisme adalah suatu sifat yang menganggap kepemilikan barang sangat penting bagi identitas dalam kehidupan (Sun and Wu, 2011; Ahuvia dalam Podoshen and Andrzejewski, 2012). menurut Roberts (2000) konsumen dengan nilai materialisme yang tinggi meyakini bahwa pendapatan dan benda (materi) sangatlah penting untuk hidup mereka yang selanjutnya menjadi sebuah item dari kesuksesan dan di perlukan untuk mencapai kepuasan dalam hidup bahkan tingkat konsumsi yang tinggi akan membuat mereka merasa lebih bahagia. Seseorang yang matrealistis cenderung menganggap bahwa belanja sebagai tujuan hidup yang utama, sama halnya sebagai dengan mencapai kebahagiaan dan kepuasan dalam hidup. Sikap keuangan (*Financial Attitude*) pada saat sekarang ini sangat diperlukan, karena masyarakat pada saat ini cenderung membeli sesuai dengan keinginan mereka. Menurut Rajna *et al.* (2011) *financial attitude* merupakan penilaian, pendapat, maupun keadaan pikiran seseorang terhadap keuangan yang diterapkan ke dalam sikapnya. Ketika individu terobsesi terhadap uang, maka individu akan berfikir bagaimana memperoleh uang dan bagaimana penggunaan uang yang dimiliki.

Perilaku Menabung

Permasalahan minat menabung masyarakat yang masih rendah di dasari oleh tingkah laku masyarakat yang masih enggan untuk menabung, dan menggunakan uang yang telah dimiliki untuk hal konsumtif (Perdana, 2016). Mulyadi dan Trizki (2012:90) mendefinisikan menabung adalah

Dengan begitu akan mendorong individu untuk mempunyai persepsi terhadap keuangannya di masa depan. Sehingga besar kemungkinan bahwa semakin baik sikap individu terhadap keuangan pribadinya maka individu tersebut semakin baik dalam melakukan manajemen keuangan. Mengikuti tren di dalam globalisasi masyarakat yang memiliki penghasilan menengah atas maupun masyarakat menengah kebawah mulai melakukan hal-hal yang menghabiskan pendapatanya untuk membeli barang-barang mewah, dengan hal yang seperti ini masyarakat Indonesia termasuk masyarakat yang konsumerisme. *Impulsive Buying* adalah perilaku pembelian yang tidak terencana, yang dicirikan dengan mendadak, sangat kuat dan teguh, mendesak untuk segera membeli, spontan ketika menemukan suatu produk, dan disertai dengan perasaan senang atau bersemangat (Rook, 1987). Menurut solomon dan robolt (2009) kecenderungan membeli secara tiba-tiba ini, konsumen percaya bahwa tindakan pembelian secara mendadak ada hal biasa terjadi.

Adanya latar belakang yang telah di jelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti perilaku menabung keluarga muda indonesia. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh materialisme dan *financial attitude* terhadap perilaku menabung keluarga muda di jawa timur dengan *impulsive buying* sebagai variabel mediasi.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

menahan mengeluarkan uang untuk memenuhi kebutuhan saat ini dan akan digunakan untuk dimasa yang akan datang. Maka dari itu masyarakat hendaknya harus sadar akan pentingnya perilaku menabung, perilaku menabung adalah kombinasi dari persepsi kebutuhan masa depan, keputusan menabung dan tindakan penghematan (Warneryd 1999) Menurut Umi

Widyasatuti (2016) terdapat 2 indikator di dalam perilaku menabung yaitu : *Investing Behaviour* dan *Spending Behaviour*.

Materialisme

Masyarakat modern cenderung memiliki daya beli tinggi karena semakin beragamnya produk atau jasa yang ditawarkan, masyarakat diberi kenyamanan dalam melakukan transaksi jual beli oleh pelaku bisnis. Hal ini mengakibatkan masyarakat sebagian besar mengutamakan keinginan mempunyai benda-benda yang mewah dan mahal maka akan timbulah sikap materialisme. Menurut Pete Nye dan Cinnamon (2013) materialisme dapat diartikan sebagai kepentingan yang dianggap berasal dari kepemilikan dan perolehan barang-barang material dalam mencapai tujuan hidup dan negara yang diinginkan. Menurut Richins dan Dawson (1992) ada tiga indikator dalam konteks materialisme yaitu :

1. Dimensi pentingnya harta dalam hidup seseorang (*acquisition centrality*) bertujuan untuk mengukur derajat keyakinan seseorang yang menganggap bahwa harta dan kepemilikan sangat penting dalam kehidupan seseorang.
2. Dimensi kepemilikan dan harta benda merupakan sumber kebahagiaan (*acquisition as the pursuit of happiness*) untuk mengukur keyakinan apakah seseorang memandang kepemilikan dan harta merupakan hal yang penting untuk kesejahteraan dan kebahagiaan dalam hidup.
3. Dimensi kepemilikan merupakan ukuran kesuksesan hidup (*possession defined success*) untuk mengukur keyakinan seseorang tentang kesuksesan berdasarkan pada jumlah dan kualitas kepemilikannya.

Financial Attitude

Financial Attitude merupakan penilaian, pendapatan ataupun keadaan

pikiran seseorang terhadap keuangan yang diterapkan ke dalam sikapnya (Rajna *et al*, 2011). *Financial Attitude* yang dimiliki oleh seseorang akan membantu individu tersebut dalam menentukan sikap dan berperilaku mereka dalam hal keuangan, baik dalam hal pengelolaan keuangan, penganggaran keuangan pribadi, atau bagaimana keputusan individu mengenai bentuk investasi yang akan diambil. Oleh sebab itu *Financial Attitude* sangat berperan penting dalam menentukan perilaku menabung seseorang. *Financial Attitude* dapat membentuk cara orang untuk menghabiskan, menyimpan, menimbun dan membuang uang (nguyen, et al 2015). Irine herdijono dan Danamik (2016) *financial attitude* seseorang dapat dilihat dari oleh enam indikator yaitu:

1. *Obsession*: merujuk pada pola pikir seseorang tentang uang dan persepsinya tentang masa depan untuk mengelola uang dengan baik.
2. *Power*: yaitu merujuk pada seseorang yang menggunakan uang sebagai alat untuk mengendalikan orang lain dan menurutnya uang dapat menyelesaikan masalah.
3. *Effort*: merujuk pada seseorang yang merasa pantas memiliki uang dari apa yang sudah dikerjakannya.
4. *Inadequacy*: merujuk pada seseorang yang selalu merasa tidak cukup memiliki uang
5. *Retention*: merujuk pada seseorang yang memiliki kecenderungan tidak ingin menghabiskan uang
6. *Security*: merujuk pada pandangan seseorang yang sangat kuno tentang uang seperti anggapan bahwa uang lebih baik hanya disimpan sendiri tanpa ditabung di Bank atau untuk investasi.

Dengan mempunyai sikap keuangan yang baik maka akan mengelola keuangan dengan cara menabung akan baik pula. Tanpa menerapkan hal tersebut, sulit bagi seseorang mempunyai surplus uang untuk tabungan masa depan.

Impulsive Buying

Menurut Lisda (2010: 56) *impulsive buying* adalah proses pembelian suatu barang, dimana pembeli tidak mempunyai niat untuk membeli sebelumnya, dapat dikatakan pembelian tanpa rencana atau pembelian seketika. Mihic (2010) mengatakan bahwa karakteristik utama dari konsumen yang melakukan pembelian *impulsive* adanya kecenderungan untuk membeli, spontanitas dalam memberi barang, merasakan kepuasan setelah melakukan pembelian yang tidak terencana, dan kurangnya daftar belanja.

Blackwell, dkk (1995 :159) mengemukakan bahwa terdapat ciri *impulsive buying* adalah sebagai berikut:

1. Keinginan mendadak dan spontan untuk bertindak disertai dengan urgensi
2. Keadaan ketidakseimbangan psikologis dimana seseorang dapat berada di luar kendali
3. Rendahnya evaluasi objektif, sementara pertimbangan emosional lebih dominan.
4. Kurang memperhatikan konsekuensi yang ditimbulkan

Sementara itu berdasarkan pada penelitian sebelumnya pembelian secara *impulsive* dapat diklasifikasikan ke dalam empat tipe (Miller,2002) yaitu :

1. *Planned impulsive buying* adalah pembelian yang terjadi ketika konsumen membeli produk berdasarkan harga spesial dan produk-produk tertentu. Dengan demikian *Planned impulsive buying* merupakan pembelian yang dilakukan tanpa direncanakan dan tidak memerlukannya dengan segera.
2. *Reminder impulsive buying* adalah pembelian yang terjadi karena konsumen tiba-tiba teringat untuk melakukan pembelian produk tersebut. Dengan demikian konsumen telah pernah melakukan pembelian

sebelumnya atau telah pernah melihat produk tersebut dalam iklan.

3. *Suggestion impulsive buying* adalah pembelian yang terjadi pada saat konsumen melihat produk, melihat tata cara pemakaiannya atau kegunaannya, dan memutuskan untuk melakukan pembelian.
4. *Pure impulsive buying* adalah pembelian yang dilakukan karena adanya luapan emosi dari konsumen sehingga melakukan pembelian pada produk di luar kebiasaan pembelianya.

Orang yang memiliki sikap materialistis akan mendorong seseorang berperilaku *impulsive buying*, dalam kenyataannya dengan cara berbelanja akan mempunyai banyak harta kekayaan dan barang material adalah kunci dari hidup yang baik. Seseorang yang memiliki sifat materialistis tidak akan pernah habis mengumpulkan barang-barang material, kekayaan, kenewahan serta menghamburkan uang demi kepuasan pribadi. Pola hidup yang materialistis akan mengakibatkan masalah dalam mengelola keuangannya terutama dalam perilaku menabung. Masalah-masalah mengenai pengelolaan ini nanti akan berdampak pada perilaku menabung dikarenakan tidak adanya dana yang ditabung untuk meningkatkan kegiatan investasi dimasa depan.

Pengaruh Materialisme terhadap Perilaku Menabung

Materialisme merupakan suatu dorongan yang terdapat dalam diri individu untuk membeli apa yang menjadi keinginannya secara berlebihan. Menurut (Pete dan Cinnamon, 2013) seseorang yang menganggap bahwa harta duniawi sangat penting yang berasal dari kepemilikan barang-barang material untuk mencapai tujuan hidup yang utama. Penelitian ini menyatakan bahwa semakin seseorang memiliki sika[materialisme tinggi, maka seseorang tersebut akan berperilaku

mengonsumsi terhadap barang yang lebih banyak. Akibatnya seseorang akan mengalokasikan uangnya hanya untuk membeli barang-barang berharga sehingga investasi untuk jangka panjang tidak terencana.

Perilaku materialis pada dasarnya negatif, walau seringkali tidak disadari oleh mereka yang memilikinya, individu akan merasakan ketidakbahagiaan dan kurangnya kesejahteraan keuangan dalam hidup karena individu dengan nilai materialisme tinggi cenderung mengeluarkan uangnya untuk berbelanja yang bersifat jangka pendek bukan untuk mengelola keuangan yang bersifat jangka panjang (Fransisca Mulyono, 2011). Orang-orang yang memiliki sifat materialisme lebih tinggi cenderung memiliki total hutang yang tinggi dan khawatir tentang keuangan mereka karena kemampuan untuk mengelola keuangan mereka lebih buruk dari pada individu dengan materialisme rendah Gardarsdottir dan Dittmar (2011).

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Materialisme berpengaruh negatif terhadap perilaku menabung keluarga muda di Jawa Timur.

H2 : *Impulsive buying* memediasi pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung keluarga muda di Jawa Timur.

Pengaruh *Financial Attitude* Terhadap Perilaku Menabung Keluarga

Financial attitude merupakan penilaian, pendapatan ataupun keadaan pikiran seseorang terhadap keuangan yang diterapkan ke dalam sikapnya (Rajna *et al*, 2011). March, 2006 dalam Herdjiono dan Damanik, 2016, menyatakan bahwa perilaku keuangan pribadi seseorang timbul dari sikap keuangannya, individu yang tidak bijaksana dalam menanggapi masalah keuangan pribadinya cenderung memiliki perilaku keuangan yang buruk. Dengan

sikap keuangan yang baik maka seseorang akan lebih baik pula dalam pengambilan berbagai keputusan terkait manajemen keuangannya. *Financial attitude* dapat membentuk cara orang untuk menghabiskan, menyimoan, menimbun, dan membuang uang. Menurut Ajzen (1991) dalam *theory of planned behavior* menjelaskan bahwa sikap dapat mempengaruhi niat untuk perilaku individu. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki *Financial attitude* yang baik dan dapat mengaplikasikannya dengan baik akan memberikan dampak positif terhadap perilaku menabung. Menurut (Muhammad Ali *et al*, 2016) Tanpa menerapkan hal tersebut maka, seseorang mempunyai surplus uang untuk tabungan masa depan, apalagi memiliki modal investasi.

Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : *Financial Attitude* berpengaruh negatif terhadap perilaku menabung keluarga muda di Jawa Timur.



Gambar 2.2
KERANGKA PENELITIAN

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh keluarga di Jawa Timur. Sampel dalam penelitian ini adalah keluarga muda yang ada di Jawa Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive Sampling* dan *snowball sampling* karena teknik ini digunakan untuk

mendapatkan sampel sesuai keinginan peneliti dan untuk memperoleh daftar pertanyaan dalam jumlah besar. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Keluarga yang ada di wilayah Jawa Timur, Keluarga muda dengan usia pernikahan antara 1-5 tahun pernikahan, Sebagai pengelola keuangan, Usia 20 s/d 35 tahun.

Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif karena data bersifat numerik dan dapat dianalisis dengan statistik parametrik. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan survei dengan kuesioner sebagai instrumennya, sehingga sumber data yang digunakan adalah data primer. Berdasarkan dimensi waktunya penelitian ini termasuk ke dalam penelitian cross sectional yaitu data yang digunakan untuk penelitian dikumpulkan dalam periode satu waktu.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi (X) adalah materialism dan *Financial Attitude*. Variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi (Y) adalah perilaku menabung. Variabel mediasi adalah impulsive buying.

Definisi Operasional Variabel Perilaku Menabung

Perilaku menabung merupakan suatu perilaku menabung adalah kombinasi dari persepsi kebutuhan masa depan, keputusan menabung dan tindakan penghematan (Warneryd 1999). Indikator yang digunakan untuk mengukur perilaku menabung rujukan dari Umi Widyastuti, Usep Suhud & Ati Sumiat (2016) yaitu: Investing Behaviour dan Spending Behaviour. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan terhadap responden dari objek penelitian dengan lima kategori respon yang di mulai

dari skala 1 sampai dengan skala 5 yaitu: (1) Tidak Pernah, (2) Kadang-Kadang, (3) Sering, (4) Sangat Sering, (5) Selalu

Financial Attitude

Financial Attitude merupakan penilaian, pendapatan ataupun keadaan pikiran seseorang terhadap keuangan yang diterapkan ke dalam sikapnya (Rajna *et al*, 2011). Indikator yang digunakan merujuk pada jurnal rujukan dari Irine Herdjiono dan Lady Angela Damanik (2016) yaitu: Obsession, Power, Effort, Inadequacy, Retention. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* skala pengukurannya dimulai dari angka 1 sampai 5 yaitu: (1) Sangat Tidak Setuju/ STS (2) Tidak Setuju/ TS (3) Kurang Setuju/ KS (4) Setuju/ S dan (5) Sangat Setuju/ SS

Materialisme

Materialisme dapat diartikan sebagai sikap individu yang memberi perhatian pada masalah kepemilikan duniawi sebagai hak yang penting (Ardiani Ika S, 2011). Indikator yang digunakan untuk mengukur materialisme rujukan dari Richins dan Dawson (1992) yaitu: Mengukur kesuksesan dari kepemilikan harta benda, Menganggap materi sumber kebahagiaan, Menganggap materi sebagai ukuran kesuksesan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* skala pengukurannya dimulai dari angka 1 sampai 5 yaitu: (1) Sangat Tidak Setuju/ STS (2) Tidak Setuju/ TS (3) Kurang Setuju/ KS (4) Setuju/ S dan (5) Sangat Setuju/ SS

Impulsive Buying

Menurut Lisda (2010: 56) *impulsive buying* adalah proses pembelian suatu barang, dimana pembeli tidak mempunyai niat untuk membeli sebelumnya, dapat dikatakan pembelian tanpa rencana atau pembelian seketika. Indikator yang digunakan untuk mengukur *impulsive buying* rujukan dari Pete Nye dan

Cinnamon Hillyard (2013) yaitu: Mengukur cara berbelanja, Motivasi belanja dan Perencanaan berbelanja. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert skala pengukurannya dimulai dari angka 1 sampai 5 yaitu: 1) Tidak Pernah, (2) Kadang-Kadang, (3) Sering, (4) Sangat Sering, (5) Selalu.

Alat Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) pada program WarpPLS 6.0 untuk menguji pengaruh variabel dependen, independen dan mediasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner baik dalam bentuk hard copy ataupun google form dengan total kuesioner yang telah disebar sejumlah 200 di wilayah Jawa Timur. Setelah kuesioner tersebut tersebar ke wilayah Jawa Timur ternyata terdapat 22 kuesioner hard copy dan 95 kuesioner google form yang tidak dapat diolah dikarenakan ada beberapa responden yang tidak memenuhi kriteria pengujian yang telah ditetapkan oleh peneliti seperti usia pernikahan lebih dari 5 tahun, usia responden kurang dari 20 tahun dan responden yang bukan termasuk

wilayah provinsi Jawa Timur. Adapun kuesioner yang tidak kembali kepada peneliti sejumlah 42 dikarenakan beberapa dari responden berada di luar kota, sehingga kuesioner dengan jumlah 302 adalah total kuesioner yang terkumpul dan dapat diolah oleh peneliti.

Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat dan menjelaskan tanggapan jawaban dari responden mengenai variabel-variabel pengamatan yang terdapat dalam kuesioner yaitu financial attitude, materialsime dan perilaku menabung keluarga muda di Jawa Timur.

Perilaku Menabung

Tanggapan responden terhadap variabel perilaku menabung dapat mencerminkan bahwa mayoritas responden keluarga muda sudah memiliki kesadaran akan pentingnya perilaku menabung yang baik. Hal ini sesuai dengan hasil rata-rata pernyataan PM1 hingga PM6 adalah sebesar 3.63. Hasil ini menunjukkan bahwa responden keluarga muda di wilayah Jawa Timur mampu merencanakan pengeluaran sehingga hasil perilaku menabungnya baik. Berikut ini adalah tabel hasil analisis deskriptif variabel perilaku menabung .

Tabel 2
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Menabung

Indikator	Item	Pernyataan	Presentase Tanggapan Responden (%)					Skor mean	Ket
			TP	KK	S	SS	SL		
Investing Behaviour	PM 1	Saya menyisihkan dana untuk masa depan	1,99	16,23	21,85	19,87	40,07	3,45	Memiliki perilaku menabung
	PM 2	Saya menabung untuk membeli aset produktif	6,62	17,88	22,52	32,12	20,86		
	PM 3	Saya menabung untuk membeli produk investasi	9,27	27,15	23,84	20,86	18,87		
Spending Behaviour	PM 5	Saya menyisihkan uang setiap bulan	1,66	9,27	16,23	32,12	40,73	3,9	Cukup memiliki perilaku menabung
	PM 6	Saya menyisihkan uang untuk pengeluaran tak terduga	3,31	16,23	16,89	25,50	38,08		
Rata-Rata Scor Mean							3,63	Memiliki perilaku menabung	

Sumber: Data Diolah

Materialisme

Tanggapan responden terhadap variabel materialisme mencerminkan bahwa mayoritas responden keluarga muda agak materialistis. Hal ini sesuai dengan nilai rata-rata pernyataan MA 1 hingga MA 6 yaitu 2,20. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keluarga muda menganggap materi sangat penting

dalam kehidupannya, menganggap materi merupakan sumber kebahagiaan, mengukur kepemilikan suatu barang sebagai sumber kesuksesan apabila berlangsung secara terus menerus akan berdampak pada pengelolaan keuangan dan akan berdampak pada perilaku menabung yang akan semakin buruk. Berikut ini adalah tabel hasil analisis deskriptif variabel materialisme.

Tabel 2
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Materialisme

Indikator	Item	Pernyataan	Presentase Tanggapan Responden (%)					Skor mean	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
Menganggap materi sangat penting dalam hidup	MA 1	Saya percaya bahwa harta sangat penting bagi kehidupan	34,22	27,57	10,96	11,96	15,28	2,46	Agak Materialistis
	MA 2	Barang-barang yang saya miliki adalah segalanya bagi saya	17,88	37,09	31,46	7,95	5,63		
Menganggap materi sumber kebahagiaan	MA 3	Saya menganggap materi sebagai sumber kebahagiaan hidup	42,05	22,85	20,53	9,60	4,97	2,14	Agak Materialistis
	MA 4	Saya bahagia karena bisa membeli barang mahal	28,15	41,39	21,85	4,64	3,97		
Menganggap materi sebagai ukuran kesuksesan	MA 5	Saya menganggap kepemilikan harta merupakan tanda kesuksesan seseorang	37,09	31,13	14,57	11,92	5,30	1,98	Agak Materialistis
	MA 6	Saya membeli barang branded agar dianggap sukses	49,01	30,13	15,23	3,64	1,99		
Rata-Rata Scor Mean							2,20	Agak Materialistis	

Sumber : Data Diolah

Impulsive Buying

Tanggapan responden terhadap variabel *impulsive buying* mencerminkan bahwa responden keluarga muda terbelang agak impulsive. Hal tersebut sesuai dengan nilai rata-rata pernyataan IB 1- IB 4 yaitu sebesar 2,66. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keluarga muda menyukai belanja selama berjam-jam dan keluarga muda juga selalu menghibur diri dengan melakukan pembelanjaan yang berlebih apabila berlangsung secara terus menerus akan

berdampak pada pengelolaan keuangan dan akan berdampak pada perilaku menabung yang akan semakin buruk. Berikut ini adalah tabel hasil analisis deskriptif variabel *impulsive buying*.

Tabel 3
Hasil Analisis Deskriptif Variabel *Impulsive Buying*

Indikator	Item	Pernyataan	Presentase Tanggapan Responden (%)					Skor mean	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
Cara berbelanja	IB 1	Saya senang belanja berjam-jam	23,18	35,76	17,88	19,87	3,31	2,62	Cukup <i>Impulsive</i>
	IB 2	Saya mudah tertarik membeli barang yang saya sukai	8,61	36,09	26,49	22,85	5,96		
Motivasi belanja	IB 3	Saya belanja saat saya sedang stress	31,79	30,13	17,88	17,88	2,32	2,25	Agak <i>Impulsive</i>
	IB 4	Saya berbelanja untuk menghibur diri	20,86	48,68	20,86	6,62	2,98		
Rata-Rata Scor Mean							2,44	Agak <i>Impulsive</i>	

Sumber : Data Diolah

Financial Attitude

Tanggapan responden keluarga muda terhadap variabel *Financial Attitude* terbilang baik. Hal tersebut sesuai dengan nilai rata-rata pernyataan FA1 – FA7 yaitu sebesar 4,10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keluarga muda menganggap menabung secara rutin adalah penting, keluarga muda percaya dapat mengendalikan pengeluaran, keluarga muda tidak percaya bahwa uang dapat mengendalikan orang, keluarga muda berhati-hati dalam menggunakan uang, keluarga muda berfikir beberapa kali ketika

ingin membeli barang yang disukai, keluarga muda tidak percaya menitipkan uang kepada orang lain dan keluarga muda tidak pernah cukup memiliki uang. Dengan dimilikinya *financial attitude* yang baik oleh keluarga muda maka mereka tahu bagaimana cara mengelola keuangannya dengan baik untuk kebutuhan masa depan dan hal tersebut akan berdampak didalam perilaku menabungnya yang akan semakin baik pula. Berikut ini adalah tabel hasil analisis diskriptif variabel *Financial Attitude*.

Tabel 4
Hasil Analisis Deskriptif Variabel *Financial Attitude*

Indikator	Item	Pernyataan	Presentase Tanggapan Responden (%)					Skor mean	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
<i>Obsesion</i>	FA 1	Saya menganggap menabung secara rutin adalah penting	0,33	4,30	3,97	25,83	65,56	4,52	Baik Sekali
<i>Effort</i>	FA 2	Saya percaya dapat mengendalikan pengeluaran	0,00	7,28	9,60	42,72	40,40	4,16	Baik
<i>Power</i>	FA 3	Saya percaya uang dapat mengendalikan orang*	14,90	16,23	16,23	16,89	35,76	3,43	Buruk
<i>Retention</i>	FA 4	Saya harus berhati-hati menggunakan uang	0,00	2,98	7,62	27,15	62,25	4,37	Baik Sekali
	FA 5	Saya berfikir beberapa kali untuk membeli barang yang saya inginkan	0,66	5,96	9,93	33,77	49,67		
<i>Security</i>	FA 6	Saya tidak percaya menitipkan uang kepada orang lain	16,23	10,60	12,25	21,19	39,74	3,58	Baik
<i>Inadequacy</i>	FA 7	Saya merasa tidak cukup memiliki uang*	1,32	3,31	15,56	28,51	51,66	4,25	Sangat Buruk
Rata-Rata Scor Mean							4,10	Baik	

Sumber: Data Diolah

Pengujian Hipotesis

Analisis Statistik

Analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan pada penelitian ini dengan

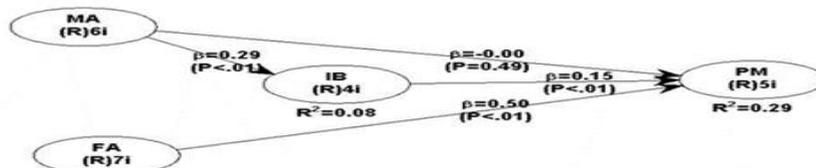
menggunakan alat uji statistik hasil pengolahan data setelah dilakukan pengujian model dengan program Warp PLS 6.0 maka dapat dianalisis tingkat validitas dan reliabilitas. Berikut hasil dari pengujian hipotesis dengan menggunakan Warp PLS :

Tabel 5
Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Variabel	Item	Validitas		Reliabilitas		Kesimpulan
			Loading Factor	P-Value	Composite Reliability	Cronbach Alpha	
1.	Perilaku Menabung Keluarga Muda	PM1	0,809	<0.001	0,829	0,741	Valid
		PM2	0,673	<0.001			Valid
		PM3	0,648	<0.001			Valid
		PM5	0,713	<0.001			Valid
		PM6	0,660	<0.001			Valid
2.	Financial Attitude	FA1	0,536	<0.001	0,768	0,648	Dipertimbangkan
		FA2	0,656	<0.001			Valid
		FA3	0,419	<0.001			Dipertimbangkan
		FA4	0,602	<0.001			Valid
		FA5	0,757	<0.001			Valid
		FA6	0,536	<0.001			Dipertimbangkan
		FA7	0,433	<0.001			Dipertimbangkan
3.	Materialisme	MA1	0,740	<0.001	0,869	0,817	Valid
		MA2	0,757	<0.001			Valid
		MA3	0,796	<0.001			Valid
		MA4	0,629	<0.001			Valid
		MA5	0,837	<0.001			Valid
		MA6	0,570	<0.001			Dipertimbangkan
4.	Impulsive Buying	IB1	0,768	<0.001	0,824	0,714	Valid
		IB2	0,701	<0.001			Valid
		IB3	0,770	<0.001			Valid
		IB4	0,696	<0.001			Valid

Sumber: Lampiran 8 Data Diolah

Gambar 2
Hasil Estimasi Model



Berdasarkan gambar hasil estimasi model diatas dapat diperoleh *output* Warp PLS yang akan menjelaskan hasil hipotesis

yang diajukan pada penelitian ini, berikut adalah analisisnya:

Tabel 4.11
Hasil Pengujian

Variabel	B	P-Value	Keterangan
MA → PM	-0,00	P0,49	H1 Ditolak
MA → IB → PM	0,15	P<0.01	H2 Diterima ($\alpha 0,1$)
FA → PM	0,50	P<0.01	H3 Diterima ($\alpha 0,1$)
$R^2 = 0,08$	MA → IB, MA memiliki pengaruh terhadap IB sebesar 8%		
$R^2 = 0,29$	MA, IB dan FA memiliki pengaruh terhadap PM sebesar 29%		

Berdasarkan Gambar 4.11 menunjukkan bahwa Materialisme (MA) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Perilaku Menabung (PM). Dapat dilihat dari perolehan *p-value* sebesar 0,49. Maka hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti bahwa materialisme berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku menabung keluarga muda maka H0 diterima

Berdasarkan Gambar 4.11 menunjukkan bahwa Materialisme (MA) berpengaruh positif signifikan terhadap *Impulsive Buying* (IB) sebesar 0,15 dan signifikan kurang dari 0.01. Sedangkan *Impulsive Buying* (IB) berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Menabung (PM). Sesuai dengan hipotesis kedua yang dirumuskan oleh peneliti bahwa *Impulsive Buying* (IB) berhasil memediasi pengaruh materialisme secara penuh terhadap Perilaku Menabung (PM) H2 diterima

Berdasarkan Gambar 4.11 menunjukkan bahwa *Financial Attitude* (FA) berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Menabung (PM) dengan nilai koefisien 0,50 dan signifikansi sebesar kurang dari 0,01. Hasil pengujian hipotesis H₃ diterima.

Nilai R² sebesar 0,29 hal ini menunjukkan bahwa variabel Materialisme, *Financial Attitude* dan *Impulsive Buying*

memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku menabung sebesar 29% dan sisanya 71% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pembahasan ini berfungsi untuk mengulas lebih lanjut mengenai analisis yang telah ditemukan sebelumnya agar rumusan masalah terpecahkan serta mencapai tujuan penelitian. Hasil pembahasan terkait perumusan masalah dan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Pembahasan Hipotesis Pertama (H1): Pengaruh Materialisme Terhadap Perilaku Menabung Keluarga Muda

Hipotesis pertama menguji tentang pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung keluarga muda. Materialisme yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pandangan individu dalam mengelola keuangan khususnya perilaku menabung yang berkaitan dengan kepemilikan atau hal-hal duniawi sebagai sumber kebahagiaan dan kepuasan dalam kehidupan. Berdasarkan Gambar 4.10 menunjukkan bahwa materialisme berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku

menabung keluarga muda. Hal ini mengartikan bahwa seseorang yang memiliki materialisme yang tinggi maka akan buruk di dalam perilaku menabungnya dan sebaliknya semakin tidak materialistis seseorang maka akan semakin baik perilaku menabungnya. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwasanya materialisme yang dimiliki oleh seseorang tidak berpengaruh secara langsung didalam perilaku menabungnya, namun jika seseorang yang materialistis serta didukung dengan cara berbelanja yang emosional maka akan mempengaruhi perilaku menabungnya. Didalam penelitian saat ini responden yang digunakan adalah keluarga muda yang termasuk dalam generasi milenial dalam generasi milenial responden masih memiliki jumlah tanggungan kecil dan pendapatan yang cukup. Dimana keluarga milenial belum memiliki banyak tanggungan dan dapat dilihat dari rata-rata skor mean bahwasanya keluarga muda cenderung agak materialisme dimana menganggap materi sangat penting dalam hidup, Menganggap materi sumber kebahagiaan, Menganggap materi sebagai ukuran kesuksesan. Maka seseorang Seseorang yang memiliki sikap materialistis akan cenderung membeli barang-barang mewah, barang-barang branded dan mengagung agungkan bahwa harta yang dimiliki adalah segalanya, sehingga semakin sering seseorang tersebut melakukan pembelian terus menerus akan buruk didalam perilaku menabungnya.

Pembahasan Hipotesis Kedua (H2): *Impulsive Buying* Memediasi Pengaruh Materialisme Terhadap Perilaku Menabung Keluarga Muda

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Impulsive Buying* memediasi pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat materialisme seseorang akan semakin tinggi pula perilaku *impulsive buying* dari seseorang tersebut, dengan

semakin tingginya *impulsive buying* maka perilaku menabung keluarga muda akan semakin naik atau semakin baik. Hal ini mengingat responden dalam penelitian ini adalah keluarga muda yang berusia 20 s/d 35 tahun yang termasuk dalam golongan usia milenial. Dalam penelitian saat ini menyatakan bahwa *impulsive buying* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menabung. Hal ini menunjukkan bahwasanya keluarga muda milenial cukup konsumtif dalam menggunakan keuangannya akan tetapi keluarga muda masih tetap memiliki perilaku menabung. Menurut Iwan Setyawan dalam kabar 24 bisnis.com (2016) , diakses pada tanggal 28 februari 2018 generasi milenial menabung tidak hanya untuk tujuan financial yang besar seperti membeli rumah atau ibadah umroh, akan tetapi juga untuk pembelanjaan yang bersifat konsumtif seperti beli tiket konser musik atau untuk keperluan wisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa keluarga muda terlibat dalam pembelian emosional terbukti dengan kemudahan teknologi saat ini membuat keluarga muda dapat mengakses secara mudah dan cepat untuk membeli barang-barang yang diinginkan seperti melihat adanya diskon di online shop atau ketika berbelanja di suatu pusat perbelanjaan melihat barang-barang baru, maka munculah keinginan keluarga muda untuk membeli barang-barang tersebut. Dapat disimpulkan bahwasanya keluarga muda menyisihkan sebagian uang yang digunakan menabung untuk memenuhi kebutuhan konsumtif atau kebutuhan jangka pendek, bukan menabung untuk kebutuhan jangka panjang.

Pembahasan Hipotesis Pertama (H3): Pengaruh *Financial Attitude* Terhadap Perilaku Menabung Keluarga Muda

Hipotesis ketiga menguji tentang pengaruh *financial attitude* terhadap perilaku menabung keluarga muda di Jawa Timur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Financial Attitude* berpengaruh

positif signifikan terhadap perilaku menabung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Financial Attitude* yang dimiliki oleh individu maka akan semakin baik pula perilaku menabungnya atau semakin buruk *financial attitude* seseorang maka akan semakin buruk pula perilaku menabungnya. *Financial Attitude* sendiri merupakan penilaian, pendapat ataupun keadaan seseorang terhadap keuangan yang diterapkan kedalam sikapnya.

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uji yang telah dilakukan, berikut adalah hasil untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian saat ini, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Penyebaran kuesioner dalam bentuk hard mengalami kesulitan dalam melakukan penyebaran karena tidak semua kota, daerah atau kabupaten dapat dijangkau oleh peneliti.
2. Penyebaran kuesioner dalam bentuk google form juga mengalami kesulitan ataupun kendala karena peneliti tidak dapat mengontrol apakah responden tersebut mengisi

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti ingin memberikan beberapa saran terkait dengan penelitian saat ini yang dapat dipertimbangkan untuk mahasiswa maupun peneliti selanjutnya. Berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

1. Disarankan untuk peneliti selanjutnya supaya menambah variabel selain *financial attitude*, materialisme dan

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Materialisme berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku menabung keluarga muda di Jawa Timur. Dengan demikian H0 diterima

2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Impulsive Buying memediasi pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung keluarga muda. Dengan demikian H2 diterima.

3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Financial Attitude* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menabung keluarga muda di Jawa Timur. Dengan demikian H3 diterima

sesuai dengan yang ditentukan atau tidak

3. Pernyataan yang di uji dalam sampel kecil valid tetapi tidak valid ketika di uji pada sampel besar
4. Penyebaran kuesioner yang distribusikan ke pada teman, saudara atau tetangga sedikit mengalami kesulitan dikarenakan kuesioner tidak kembali dengan jumlah yang ditentukan.
5. Penyebaran kuesioner baik dalam bentuk hard maupun menggunakan teknologi google form tidak merata keseluruh wilayah Jawa Timur

impulsive buying. Agar dapat melengkapi faktor-faktor yang belum tercakup dalam penelitian saat ini.

2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat mendistribusikan kuesioner secara merata keseluruh wilayah Jawa Timur.
3. Disarankan bagi responden dan masyarakat (keluarga muda) untuk meningkatkan pengetahuan tentang menabung secara lebih baik sebagai

- dasar proses pengambilan keputusan keuangan baik jangka pendek maupun jangka panjang.
4. Disarankan bagi responden dan masyarakat (keluarga muda) diharapkan lebih meningkatkan tentang wawasan keuangan yang berguna untuk memperbaiki perilaku menabung didalam keluarga.
 5. Disarankan bagi responden dan masyarakat (keluarga muda) diharapkan tidak bersikap materialistis dan *impulsive buying* supaya responden lebih bijak dalam penggunaan uang untuk menabung

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy., Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI
- Ajzen. 1991. "The theory of planned behavior". *Journal Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol 50 No 2, 179-211
- Ardiani Ika S. 2011. Personality traits sebagai penentu perencanaan keuangan keluarga (suatu kajian pustaka). *Jurnal Pengembangan Humaniora*. Vol. 11 No. 2, 118-126.
- Anthony, R., Ezat, W. S., Al Junid, S., & Moshiri, H. (2011). Financial management attitude and practice among the medical practitioners in public and private medical service in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 6(8), 105
- Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer research*, 12(3), 265-280
- Ben-Mansour, R., Habib, M. A., Bamidele, O. E., Basha, M., Qasem, N. A. A., Peedikakkal, A., & Ali, M. (2016). Carbon capture by physical adsorption: materials, experimental investigations and numerical modeling and simulations—a review. *Applied Energy*, 161, 225-255.
- Chang, Y. R. (1994). Saving behavior of U.S. households in the 1980s: Results from the 1983 and 1986 Survey of Consumer Finances. *Financial Counseling and Planning*, 5, 1–21
- Cooper, D. R., Schindler, P. S., & Sun, J. (2006). *Business research methods* (Vol. 9). New York: McGraw-Hill Irwin
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Second Edition. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers
- De Boer, B. J, van Hooft, E. A. J & Bakker, A. B, (2014). Self-Control at Work: Its Relationship with Contextual Performance (versi elektronik). *Journal of managerial psychology*. 30 (4). 406- 421. Diperoleh pada 15 Maret 2017, dari emeraldinsight.com
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A primer for soft modeling*. University of Akron Press.
- Fitzmaurice, J. and C. Comegys. 2006. Materialism and Social Consumption. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 14(4), pp: 287-299
- Fransisca Mulyono 2011 materialisme :penyebab dan konsekuensi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fisip Unpar Volume 15, Nomor 2, Agustus
- Gardarsdottir, R. B., Dittmar, H. 2012. The relationship of materialism to debt and financial well-being: The case of Iceland's perceived

- prosperity. *Journal of economic psychology* 33, 471-481.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS21*, edisi ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 9(3).
- Herdjiono & Damanik 2016, *Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior*, Universitas Musamus. Diakses 24 Agustus 2017, dari e-journal.unair.ac.id
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares (PLS) dengan smartPLS 3.0. *Modul Ajar*.
- Kuncoro, M. (2009). *Ekonomika indonesia: Dinamika lingkungan bisnis di tengah krisis global*. UPP STIM YKPN.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Laili Rizkiawati, N. U. R., & Asandimitra Haryono, N. A. D. I. A. (2018). Pengaruh Demografi, Financial Knowledge, Financial Attitude, Locus Of Control Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Financial Management Behavior Masyarakat Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3).
- Mishra, J. K., Tatzel, M., Arun, B. K., & Abidi, N. (2014). Money attitudes as predictors of materialism and compulsive buying, and gender demographics, in the 'new India'. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 9(3), 301-315.
- Mihic, I. Kursan: Assessing the situational factors and impulsive buying behavior *Management*, Vol. 15, 2010, 2, pp. 47-66
- Mulyadi, S., & Trizki, L. (2012). *Financial Parenting: Menjadikan Anak Cerdas dan Cermat Mengelola Uang*. Noura Books.
- Mien, N. T. N., & Thao, T. P. (2015). Factors affecting personal financial management behaviors: evidence from vietnam. In *Proceedings of the Second Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (AP15Vietnam Conference)*, 10-12/07/2015.
- Mayasari, P. N. I. (2008). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Siswa Sma Dalam

- Perilaku Pembelian Kompulsif: Perspektif Psikologi. *abmas*, 80.
- Nye, P., & Hillyard, C. (2013). Personal financial behavior: The influence of quantitative literacy and material values. *Numeracy*, 6(1), 3.
- Putra, E. H., Supriyanto, E., Din, J., & Satria, H. (2009, July). Cross layer design of IEEE 802.11 e enhanced distributed channel access wireless network for telemedicine application. In *Innovative Technologies in Intelligent Systems and Industrial Applications, 2009. CITISIA 2009* (pp. 129-133). IEEE.
- Qamar, M. A. J., Khemta, M. A. N., & Jamil, H. (2016). How Knowledge and Financial Self-Efficacy Moderate the Relationship between Money Attitudes and Personal Financial Management Behavior. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 5(2), 296.
- Roberts, J. A., & Jones, E. 2001. Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *Journal of Consumer Affairs*, 35, 213 -240
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of consumer research*, 14(2), 189-199.
- Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2004). *Consumer behavior: In fashion*. Prentice Hall.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. *Sociological methodology*, 13, 290-312.
- Siregar, S. (2012). *Descriptive Statistics for Research*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sun, T., & Wu, G. (2011). Trait predictors of online impulsive buying tendency: A hierarchical approach. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(3), 337- 346
- Warneryd, K. E. (1999). The psychology of saving. *Books*.
- Widyastuti, U., Suhud, U., & Sumiati, A. (2016). The Impact of Financial Literacy on Student Teachers' Saving Intention and Saving Behaviour. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(6), 41.
- <https://faisalbasri.com/2017/01/30/pak-presiden-tingkat-tabungan-kitasudah-lumayan-tinggi/> diakses pada tanggal 1 oktober 2018
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents/Pages/Presiden-Jokowi-Kampanyekan-Gerakan-Ayo-Menabung/sp-ayo-menabung.pdf> diakses pada tanggal 1 oktober 2018
- <https://www.viva.co.id/indepth/fokus/8419-18-kritik-jokowi-di-hari-menabung> diakses pada tanggal 1 oktober 2018
- <https://kabar24.bisnis.com/read/20160307/79/525973/riset-perilaku-konsumen-generasi-milenial-menabung-untuk-konsumtif> diakses pada tanggal 28 februari 2019