

**FINANCIAL SELF-EFFICACY TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT
BEHAVIOR PADA GENERASI MILENIAL KOTA DENPASAR**

**Ayu Indira Dewiningrat¹, Made Ratih Nurmalasari², Putu Putri Prawitasari³, Ni
Putu Ari Krismajayanti⁴, I Wayan Aditya Tariana⁵**

^{1,2,3,4} Universitas Pendidikan Nasional

Email: dewiningrat@undiknasa.ac.id

ABSTRAK: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, *love of money*, dan *locus of control* terhadap *financial management behavior*, serta untuk melihat apakah *financial self-efficacy* dapat memoderasi hubungan tersebut. Populasi yang digunakan pada penelitian ini ialah Generasi Milenial yang berdomisili di Kota Denpasar yang tidak bisa ditentukan. *Purposive sampling* digunakan untuk memperoleh responden dengan kriteria tertentu. Terdapat 19 indikator yang digunakan pada penelitian ini dengan jumlah subyek penelitian sejumlah 104 orang yang memenuhi kriteria sampel yang akan digunakan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan SPSS 24.0 for Windows. Penelitian ini menemukan bahwa *financial literacy* dan *love of money* merupakan penentu *financial management behavior*. *Financial management behavior* dipengaruhi oleh *financial literacy* dan *love of money*, dalam konteks ini kedua faktor tersebut memungkinkan untuk generasi milenial di Kota Denpasar untuk melakukan perilaku pengelolaan keuangan dengan bekal literasi dan kecintaan mereka terhadap uang. Penelitian ini juga menemukan bahwa *financial self-efficacy* memperkuat dan memperlemah masing-masing hubungan antara *financial literacy* dan *love of money*. Diketahui bahwa dengan adanya *financial self-efficacy*, dalam konteks ini adalah kepercayaan diri seseorang dalam mengelola keuangannya dengan baik, dapat menjadi dasar untuk memperkuat dan memperlemah perilaku pengelolaan keuangan generasi milenial Kota Denpasar.

Kata kunci: *behavior, financial self-efficacy*

ABSTRACT: *The aim of this research is to determine the influence of financial literacy, love of money, and locus of control on financial management behavior, and to see whether financial self-efficiency can moderate this relationship. The population used in this research is the Millennial Generation who live in Denpasar City which cannot be determined. Purposive sampling is used to obtain respondents with certain criteria. There were 19 indicators used in this research with a total of 104 research subjects who met the sample criteria to be used. The data analysis technique used is Moderated Regression Analysis (MRA) with SPSS 24.0 for Windows. This research found that financial literacy and love of money are determinants of financial management behavior. Financial management behavior is influenced by financial literacy and love of money. In this context, these two factors enable the millennial generation in Denpasar City to carry out financial management behavior armed with their literacy and love of money. This research also found that financial self-efficacy strengthens and weakens the relationship between financial literacy and love of money, respectively. It is known that financial self-efficacy, in this context is a person's self-confidence in managing their finances well, can be the basis for strengthening and weakening the financial management behavior of the Denpasar City millennial generation.*

Keywords: *behavior, financial self-efficacy*

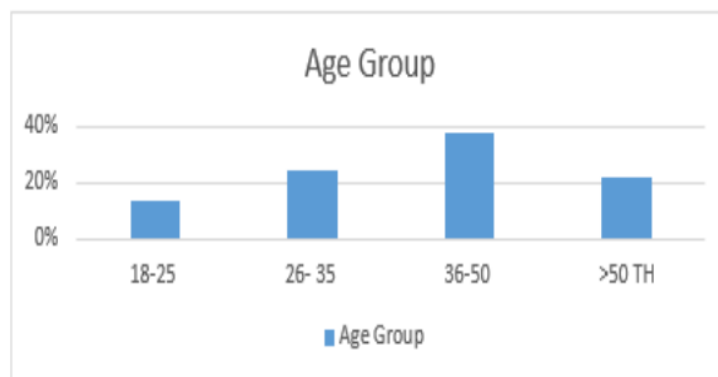
1. PENDAHULUAN

Masyarakat heterogen diklasifikasikan dan diberi peringkat dalam bentuk hierarki dan ketika berada pada tingkat hierarki yang sama dalam hal nilai, kepentingan, gaya hidup dan lainnya., akan menghasilkan homogenitas dalam perilaku mereka. Faktor kesamaan pribadi seperti gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, dan pekerjaan sangat menentukan individu masuk dalam generasi tertentu. Karl Mannheim (1920) dalam Parment (2013) mendefinisikan “generasi” dalam istilah individu yang semuanya pernah mengalami peristiwa sejarah yang terkait dengan transformasi sosial dan/atau budaya yang signifikan.

Selama beberapa dekade terakhir, generasi *baby boomer* (lahir antara tahun 1950-1965) mendominasi pasar sebagai konsumen, namun kini saatnya anak-anak mereka, yaitu Generasi Y atau Milenial (lahir antara tahun 1980-2000) untuk menggantikan mereka, yang sudah menjadi generasi *baby boomer*. Milenial adalah generasi yang paling beragam dalam hal ras, etnis, perspektif global dan daya beli (Howe & Strauss, 2003). Salah satu ciri yang paling mencolok dan umum dari generasi milenial adalah ketertarikan mereka terhadap pembelian (Ordun, 2015). Memiliki daya beli dan teknologi yang sesuai, generasi milenial sering dikatakan cenderung melakukan pembelian impulsif dan menarik perhatian industri ritel dan pasar secara keseluruhan (Bakewell dan Mitchell, 2003; Martin dan Turley, 2004).

Penelitian yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 menampilkan profil pengguna internet di Indonesia sebesar 49 persen didominasi oleh pengguna berusia 18-25 tahun. Dengan kecanggihan teknologi juga dapat mendukung individu melakukan transaksi pembelian barang tanpa harus bertemu langsung dengan penjual atau melalui sebuah toko konvensional. Pembelian online ini semakin dinikmati karena memiliki beberapa kemudahan yaitu ruang dan waktu yang tidak terbatas, kenyamanan dan rangkaian pilihan produk terbaik yang tersedia (Brynjolfsson & Smith, 2000). Hal ini pula yang menyebabkan generasi milenial memiliki gaya hidup yang beragam atau kebiasaan mengikuti tren yang ada secara tidak sadar memasuki lingkungan mereka.

Generasi milenial generasi yang terkait perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*). Generasi milenial terkadang berperilaku konsumtif terhadap pembelian barang, makanan, dan hiburan, sehingga mempengaruhi pengelolaan keuangannya. Adanya gaya hidup generasi milenial yang selalu mengikuti perkembangan teknologi terkadang membuat pengelolaan keuangan generasi ini menjadi tidak teratur. Situasi ini dapat mengancam generasi milenial tidak mempunyai keahlian untuk mengelola masa depan keuangannya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penelitian dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa tingkat literasi dan inklusi keuangan di Indonesia sebesar 38,03%. Berdasarkan data tersebut, teridentifikasi bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang sebagian besar adalah Generasi milenial, masih tetap relatif rendah,



Sumber: OJK, 2019

Gambar 1. Persentase Survei NLIK Berdasarkan Kelompok Umur

Literasi keuangan (*financial literacy*) hingga saat ini masih menjadi isu yang menarik dan penting untuk diteliti negara maju, negara berkembang, dan negara terbelakang. Perkembangan teknologi keuangan membuat *financial literacy* semakin meningkat. Tingginya *financial literacy* yang dimiliki seseorang, mencerminkan semakin besar pula tingkat inklusi keuangan yang dimiliki dan akan semakin meningkat ketika mampu memanfaatkan teknologi keuangan dengan baik. Sebaliknya, individu dengan tingkat *financial literacy* yang rendah namun sadar akan teknologi keuangan akan mengalami perilaku impulsif yang akan membuat kondisi keuangannya tidak sehat.

Salah satu aspek penting dalam *financial literacy* adalah *financial attitude*. *Financial attitude* yang baik akan memberikan kesempatan pada individu untuk mengelola keuangan dan mempersiapkan keuangannya untuk masa depan dengan baik. Ameer & Khan, 2020; Grohmann, 2018 menemukan bahwa *financial literacy* mempengaruhi *financial management behavior*. *Financial literacy* yang baik mempengaruhi seseorang secara subyektif dan obyektif sehingga *financial literacy* menjadi prediktor utama dalam membentuk *financial management behavior*. Beberapa indikator perilaku keuangan yang sehat ditunjukkan oleh beberapa faktor-faktor seperti mampu melakukan kegiatan perencanaan keuangan, mengelola keuangan secara efektif dan efisien, serta mengendalikan keuangan secara efektif. Oleh karena itu, *financial management behavior* mencerminkan kemampuan individu dalam mengelola perencanaan keuangan. Tasman *et al.* (2018) mengatakan bahwa pengetahuan keuangan generasi milenial adalah rendah dilihat dari kurangnya kegiatan menabung. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Mien & Thao (2015), Ramadhan & Asandimitra (2019), Asih dan Khafid (2020), dan Qamar *et al.* (2016) menemukan bahwa adanya pengaruh positif antara *financial literacy* dan *financial management behavior*. Kontradiktif dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi *et al.* (2020) dan Kholilah & Iramani (2013) menunjukkan *financial literacy* dan *financial management behavior* tidak memiliki hubungan yang signifikan. Hal ini membuktikan bahwa ada masih terdapat perbedaan hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten.

Sikap individu terhadap uang atau kekayaan merupakan isu yang sering dievaluasi terkait dengan perilaku individu. Tingginya gairah terhadap uang mempengaruhi perilaku seseorang dan dapat mengakibatkan niat perilaku tidak etis ketika individu menyadari betapa

pentingnya uang bagi kehidupan. Sikap dan perilaku terhadap uang dijelaskan berdasarkan perasaan individu terhadap uang yang menjadi motivator sekaligus simbol kesuksesan, kepentingan dan kekayaan. Individu mengira bahwa uang adalah alat motivasi dan uang melambangkan kesuksesan dan uang adalah alat motivasi penting untuk menjadi kaya. *Love of money* didefinisikan sebagai perilaku seseorang terhadap uang; pengertian seseorang terhadap uang; keinginan dan aspirasi seseorang terhadap uang; variabel perbedaan multi-dimensional seseorang, sebuah gagasan yang terdiri dari beberapa sub gagasan atau faktor (Tang and Chen, 2008).

Rotter (1954) mengembangkan *locus of control* sebagai sebuah konsep yang menjadi salah satu aspek psikologi kepribadian. *Locus of control* didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa mereka, dibandingkan dengan kekuatan eksternal (di luar pengaruh dirinya), memiliki kendali atas hasil dari peristiwa dalam kehidupan mereka. Semakin tinggi tingkat *locus of control*, maka semakin tinggi pula tingkat tanggung jawab seseorang terhadap setiap perilaku pengelolaan keuangannya (*financial management behavior*) seperti berhemat, menabung, dan teliti dalam mengelola keuangan (Fatmawati & Lutfi, 2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model hubungan *financial management behavior*. Kami menambahkan variabel *financial self-efficacy* sebagai variabel pemoderasi untuk mencoba menambah variasi penelitian untuk mengetahui dampak *financial literacy*, *love of money*, dan *locus of control* terhadap *financial management behavior*. Semakin tinggi *financial self-efficacy*, yaitu keyakinan individu akan kemampuan mengelola keuangannya dengan baik maka motivasi individu untuk mengelola keuangan akan meningkat sehingga akan mendorong individu agar mampu merencanakan dan mengelola keuangan secara sehat. Oleh karena itu, kami meneliti peran *financial self-efficacy* sebagai pemoderasi dalam pengaruh *financial literacy*, *love of money*, dan *locus of control* terhadap *financial management behavior*.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Financial Management Behavior

Kholilah & Iramani (2013) mendefinisikan *financial management behavior* sebagai kemampuan seseorang untuk mengetahui tentang perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengaturan, pengupayaan, dan menyimpan dana keuangan sehari-hari. *Financial management behavior* pertama kali muncul karena adanya keinginan seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan pendapatannya.

Financial Literacy

Financial literacy merupakan serangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), kepercayaan diri (kepercayaan) konsumen dan masyarakat umum agar mampu mengelola keuangan pribadinya dengan lebih baik. Secara garis besar, *financial literacy* diartikan sebagai praktik di bidang social yang berkaitan dengan pengetahuan, bahasa dan budaya yang mencakup bagaimana seseorang berkomunikasi dalam masyarakat (Soetiono & Setiawan, 2018)

Love of Money

Love of money adalah perilaku seseorang terhadap uang dan aspirasinya terhadap uang (Khanifah et al., 2019). *Love of money* ibarat pisau bermata dua dimana satu sisi bisa memotivasi seseorang untuk bekerja namun di sisi lain bisa membuat seseorang menjadi serakah sehingga memicu tipuan. Lau dkk. (2013) dalam penelitiannya, konsep *love of money* erat kaitannya dengan keserakahan. *of Money* adalah pandangan yang berbeda terhadap uang dalam arti keinginan seseorang untuk mendapatkan uang yang lebih banyak, terlalu mencintai uang yang berlebihan, cenderung mengejar uang dan berambisi untuk uang.

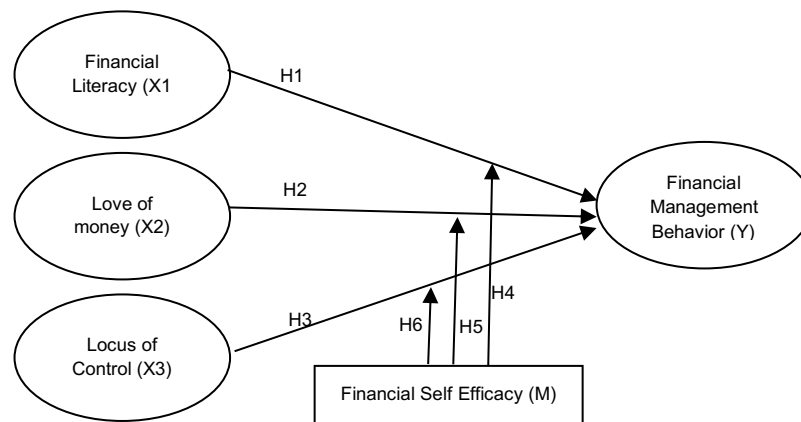
Locus of Control

Locus of Control adalah sebuah konsep dalam psikologi. Dalam mengemukakan Teori Pembelajaran Sosial, Rotter (1954) pertama kali menyebutkan dan memperkenalkan konsep *Locus of Control*, yang menunjukkan bagaimana seseorang percayitentang kendali atas peristiwa kehidupan dan mengacu pada keyakinan seseorang tentang apa yang menyebabkan hasil yang baik atau buruk dalam kehidupannya, baik secara umum maupun dalam bidang tertentu seperti kesehatan atau akademis. Semula dikembangkan dalam kerangka teori pembelajaran sosial Julian Rotter (1954), *Locus of Control* mengacu pada apakah individu percaya atau tidak bahwa peristiwa-peristiwa dalam hidup mereka berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang mereka alami sendiri perilaku.

Financial Self-Efficacy

Konsep self-efficacy dikenal juga sebagai bagian dari teori kognitif sosial. Teori ini merujuk pada keyakinan individu akan kemampuannya dalam mengerjakan tugas yang dipercayakan kepadanya (Bandura, 2012). *Financial self-efficacy* mengacu pada keyakinan seseorang terhadap dirinya kemampuan untuk mencapai tujuan keuangan (Forbes dan Kara, 2010).

Hipotesis dan Kerangka Konseptual Penelitian



3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang dirujuk berdasar pada data kuantitatif atau temuan-temuannya digapai dengan menerapkan langkah-langkah statistic atau teknik-teknik dari kuantitatif(Rahyuda,2020:27). Populasi yang digunakan pada penelitian ini ialah Generasi Milenial yang berdomisili di Kota Denpasar yang tidak bisa ditentukan. Metode non-probability sampling melalui Teknik Purposive Sampling, yaitu teknik penetapan sampel dengan melalui pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:82), dengan kriteria responden yakni berdomisili Kota Denpasar, memiliki usia minimal 27 tahun, mengenyam pendidikan terakhir SMA/SMK/Sederajat dan sudah memiliki penghasilan sendiri. Terdapat 19 indikator yang digunakan pada penelitian ini dengan jumlah subyek penelitian sejumlah 104 orang yang memenuhi kriteria sampel yang akan digunakan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan SPSS 24.0 for Windows.

Variabel yang digunakan pada penelitian ialah *financial management behavior*, *financial literacy*, *love of money*, *locus of control*, dan *financial self-efficacy*. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert lima tingkat yaitu (1) sangat tidak setuju, (2) setuju, (3) cukup setuju, (4) setuju, (5) sangat setuju.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Financial management behavior (Y)	Perilaku seseorang berkaitan dengan manajemen keuangan.	1. <i>Consumption</i> 2. <i>Cash-flow management</i> 3. <i>Saving investment</i> 4. <i>Credit management</i> Dew & Xiao, 2011
Financial literacy (X1)	Pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang baik dan pada akhirnya mencapainya kesejahteraan finansial individu	1. Pengetahuan umum tentang pengelolaan keuangan 2. Pengelolaan tabungan dan pinjaman 3. Pengelolaan asuransi 4. Pengelolaan investasi Rahmayanti, Nuryani, & Salam, 2019
Love of money (X2)	Tingkat kecintaan seseorang	1. <i>Success</i> 2. <i>Social influence</i> 3. <i>Power of control</i>

	terhadap uang, bagaimana seseorang menganggap pentingnya uang bagi kehidupan mereka.	Tang, 2018
Locus of control (X3)	Kesanggupan seseorang menerima tanggung jawab pribadi terhadap apa yang terjadi dalam diri mereka sendiri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan dalam menjalani hidup, kemampuan dalam mewujudkan ide 2. Kemampuan dalam pengambilan keputusan keuangan 3. Peran dalam mengontrol keuangan sehari-hari, kemampuan untuk menyelesaikan masalah keuangan 4. Kemampuan untuk mengubah hal-hal yang penting dalam kehidupan dan tingkat keyakinan terhadap masa depan. <p>Kholilah dan Iramani, 2013</p>
Financial self-efficacy (M)	Kepercayaan diri seseorang dalam mengelola keuangannya dengan baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan dalam perencanaan pengeluaran keuangan, kemampuan dalam mencapai tujuan keuangan 2. Kemampuan pengambilan keputusan saat muncul kejadian tak terduga 3. Kemampuan dalam menghadapi tantangan keuangan, keyakinan dalam pengelolaan keuangan 4. Keyakinan terhadap kondisi keuangan di masa yang akan datang. <p>Lown, 2011</p>

4.HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Hasil Moderated Regression Analysis

Model		Unstandardized Coefficients B	Sig.	Kesimpulan
1	(Constant)	10,047		
	FL	5,252	0,003	Signifikan
	LOM	16,877	0,000	Signifikan
	LOC	1,642	0,108	Tidak Signifikan
	FSE	14,673	0,017	Signifikan
	FL_FSE	16,303	0,005	Signifikan
	LOM_FSE	6,067	0,015	Signifikan
	LOC_FSE	0,663	0,552	Tidak Signifikan

Dependent Variable: FMB

Sumber: data diolah, 2023

Koefisien regresi *financial literacy* (X1) adalah sebesar 5,252 dengan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*. Koefisien regresi *love of money* (X2) memiliki nilai sebesar 16,877 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *love of money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy*. Koefisien regresi *locus of control* (X3) memiliki nilai sebesar 1,642 dengan tingkat signifikansi $0,168 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *locus of control* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *financial management behavior*. Koefisien interaksi FL_FSE memiliki nilai sebesar 16,303 dengan tingkat signifikansi $0,005 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial self-efficacy* mampu memperkuat pengaruh *financial literacy* terhadap *financial management behavior*. Oleh karena FL dan FL_FSE sama-sama signifikan, maka hubungan ini disebut moderasi semu (quasi moderator). Artinya bahwa *financial self-efficacy* merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, yang sekaligus menjadi variabel independen. Koefisien interaksi LOM_FSE memiliki nilai sebesar 6,067 dengan tingkat signifikansi $0,015 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial self-efficacy* memperlemah pengaruh *love of money* terhadap *financial management behavior*. Oleh karena LOM dan LOM_FSE sama-sama signifikan, maka hubungan ini disebut dengan moderasi semu (quasi moderator). Artinya bahwa *financial self-efficacy* merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, yang sekaligus menjadi variabel independen. Koefisien interaksi LOC_FSE memiliki nilai sebesar 0,663 dengan tingkat signifikansi $0,552 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial self-efficacy* tidak mampu memoderasi pengaruh *locus of control* terhadap *financial management behavior*. Oleh karena LOC dan LOC_FSE sama-sama tidak signifikan, maka variabel *financial self-efficacy* merupakan moderasi potensial (homologiser moderator). Artinya bahwa *financial self-efficacy* berpotensi menjadi variabel moderasi.

5. SIMPULAN dan SARAN

Simpulan

Penelitian ini menemukan bahwa *financial literacy* dan *love of money* merupakan penentu *financial management behavior*. *Financial management behavior* dipengaruhi oleh *financial literacy* dan *love of money*, dalam konteks ini kedua faktor tersebut memungkinkan untuk generasi milenial di Kota Denpasar untuk melakukan perilaku pengelolaan keuangan dengan bekal literasi dan kecintaan mereka terhadap uang. Penelitian ini juga menemukan bahwa *financial self-efficacy* memperkuat dan memperlemah masing-masing hubungan antara *financial literacy* dan *love of money*. Diketahui bahwa dengan adanya *financial self-efficacy*, dalam konteks ini adalah kepercayaan diri seseorang dalam mengelola keuangannya dengan baik, dapat menjadi dasar untuk memperkuat dan memperlemah perilaku pengelolaan keuangan generasi milenial Kota Denpasar.

Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis berharap kepada peneliti selanjutnya agar lebih menyempurnakan hasil penelitian sebelumnya dan tentunya merujuk pada penelitian yang sudah ada dengan harapan penelitian yang didapatkan selanjutnya dapat lebih baik dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ameer, R., & Khan, R. (2020). Financial socialization, financial literacy, and financial behavior of adults in New Zealand. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 31(2), 313-329. doi:10.1891/JFCP-18-00042.
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2016).
- Asih, S. W. dan M. Khafid, "Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude dan Income terhadap Personal Financial Management Behavior melalui Locus of Control sebagai Variabel Intervening," *Econ. Educ. Anal. J.*, vol. 9, no. 3, 2020.
- Brynjolfsson, E., & Smith, M. D. (2000). Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers. *Management Science*, 46(4), 563-585.
- Bakewell, C., & Mitchell, V. W. (2003). Generation Y female consumer decision- making styles. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Bandura, A. 2012. On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *Journal of Management*, 38(1), 9-44
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The Financial Management Behavior Scale: Development and Validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43-59.
- Dewi, V. I., E. Febrian, N. Effendi, and M. Anwar. (2020). "Financial literacy among the millennial generation: Relationships between knowledge, skills, attitude, and behavior," *Australas. Accounting, Bus. Finance. J.*, vol. 14, no. 4, pp. 24-37, doi: 10.14453/aabfj.v14i4.3.
- Fatmawati, I., & Lutfi. (2021). Pengaruh Lokus Pengendalian dan Pengetahuan Keuangan pada Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Milenial dengan Moderasi Pendapatan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 10(1), 58-71. <https://doi.org/10.33059/jmk.v10i1.3340>.
- Grohmann, A. (2018). Financial literacy and financial behavior: Evidence from the emerging Asian middle class. *Pacific-Basin Finance Journal*, 48, 129-143. doi:10419/172824.
- Howe, N., & Strauss, W. (2003). *Millennials go to college: Strategies for a new generation on campus: Recruiting and admissions, campus life, and the classroom*. Washington, DC:

- American Association of Collegiate Registrars and Admissions Officers. 5. Ordun, G. (2015). Millennial (Gen Y) consumer behavior their shopping preferences and perceptual maps associated with brand loyalty. *Canadian Social Science*, 11(4), 40-55.
- Kholilah, N. Al and R. Iramani. (2013). "Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya," *J. Bus. Bank.*, doi: 10.14414/jbb.v3i1.255.
- Lau, P.H. Low, S.F. & Zakaria, A.R. (2013). Gender and work: Assessment and application of Super's theory – career maturity. *British Journal of Arts and Social Sciences*. 2046 – 9578.
- Lown, J. M. (2011). Development and Validation of a Financial Self-Efficacy Scale. *Association for Financial Counseling and Planning Education*, (435), 54–63.
- Martin, C. A., & Turley, L. W. (2004). Malls and consumption motivation: an exploratory examination of older Generation Y consumers. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- N. T. N. Mien and T. P. Thao. (2015). "Factors Affecting Personal Financial Management Behaviors: Evidence from Vietnam," *Proc. Second AsiaPacific Conf. Glob. Business, Econ. Financ. Soc. Sci.*, p. 532.
- OJK, "Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (2019)." *Surv. Rep.*, pp. 1–26, 2019.
- Parment, A. (2013). Generation Y vs. Baby Boomers: Shopping behavior, buyer involvement and implications for retailing. *Journal of retailing and consumer services*, 20(2), 189-199.
- Qamar, M. A. J., M. A. N. Khemta, and H. Jamil. (2016). "How Knowledge and Financial Self-Efficacy Moderate the Relationship between Money Attitudes and Personal Financial Management Behavior," *Eur. Online J. Nat. Soc. Sci.*, vol. 5, no. 2, pp. 296–308.
- Ramadhan and N. Asandimitra.(2019). "Determinants of Financial Management Behavior of Millennial Generation in Surabaya," *J. Minds Manaj. Ide dan Inspirasi*, vol. 6, no. 2, p. 129, doi: 10.24252/minds.v6i2.9506.
- Rahmayanti, W., Nuryani, H., & Salam, A. (2019). Pengaruh Sikap Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Literasi Keuangan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Rotter, J.B. (1954). *Social learning and clinical psychology*. New York: Prentice-Hall.
- Soetiono, K., & Setiawan, C. (2018). *Indonesian Financial Literacy and Inclusion*. Press Eagle.
- Tang, T.L.P. and Chen, Y.J. (2008). Intelligence vs. wisdom: The love of money, Machiavellianism, and unethical behavior across college major and gender. *Journal of Business Ethics*, 82(1), 1–26.
- Tasman, D. A. Efendi, and Erni Masdupi.(2018). "Analysis of personal financial management behavior in higher education student," *J. Kaji. Manaj. Bisnis*, vol. 7, no. 1, pp. 1–13.