

## **Determinan Perilaku Keuangan Sehari-hari Masyarakat Indonesia**

**Gabriela Ilona<sup>1</sup>, Njo Anastasia<sup>2</sup>**

Universitas Kristen Petra Surabaya<sup>1,2</sup>

Email korespondensi: gabrielailona1997@gmail.com

### ***Abstract***

*Humans are 'homo economicus' who must manage their own finances in various ways. Each individual is a unique person and has different socio-demographic profile. Those differences cause each individual to have different tendency in his/her daily financial behavior. The purpose of this study is to find out whether the socio-demographic variables, namely age, gender, education and income affect the determinants of daily financial behavior of people in Indonesia. Determinants of daily financial behavior are anxiety, interest in financial issues, intuitive decisions, need for precautionary saving and free-spending. Respondents from the study amounted to 168 people from several major cities in Indonesia. The results of the study show that anxiety, interest in financial issues and free-spending are the daily financial behavior of people in Indonesia. The OLS test results show that socio-demographic variables, namely age, gender, education and income affect the determinants of daily financial behavior.*

**Keywords:** *socio-demographics; anxiety; interest and intuitive; precautionary saving; free-spending*

### **1. PENDAHULUAN**

Manusia merupakan makhluk ekonomi yang harus mengatur keuangannya sendiri dengan berbagai cara. Manusia memiliki ciri kemampuan berpikir secara rasional dalam mengambil keputusan, egosentris, dan sifat memaksimalkan kegunaan (Van Raiij, 2016). Sebagai makhluk ekonomi, tindakan yang dilakukan yang terkait dengan keuangan (perilaku keuangan) dapat berbeda antar satu dengan yang lainnya. Kecenderungan yang dilakukan manusia adalah kegiatan menabung, mengumpulkan informasi terlebih dahulu sebelum membeli, atau hanya mengikuti kata hatinya dalam memutuskan untuk membeli sesuatu. Kecenderungan tersebut menggambarkan bahwa manusia memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam mengambil keputusan. Dalam mempelajari perilaku keuangan maka diperlukan wawasan dari bidang psikologis. Pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana perilaku manusia memengaruhi tindakan investor, manajer, pasar, dan individu (Ackert dan Deaves, 2010). Ada pula paham yang memasukkan wawasan dari bidang sosiologis. Setiap individu berbeda, baik dari segi profil sosio-demografis maupun kepribadiannya. Perbedaan ini dapat menjelaskan dan memprediksi bagaimana seseorang menghabiskan pendapatannya dan bagaimana orang membuat keputusan finansial dan membeli berbagai macam produk. Menurut Van Raaij (2016), variabel demografis yang relevan antara lain adalah usia, jenis kelamin, serta tingkat pendidikan.

Para investor swasta sendiri bukanlah kelompok yang homogen, melainkan individu dengan berbagai praktik keuangan dan juga dikombinasikan dengan berbagai tingkat pengalaman dan juga ketertarikan di bidang keuangan tertentu. Dalam pasar yang kompetitif, lembaga keuangan perlu mengutamakan hubungan pelanggan dan retensi pelanggan yang ada yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang sikap dan perilaku. Pasar heterogen dibagi menjadi kelompok yang lebih kecil dan homogen untuk memenuhi kebutuhan spesifik dengan model bisnis yang sesuai (Jenkins dan McDonald, 1997). Segmentasi pasar dalam industri keuangan sebagian besar bergantung pada informasi sosio-demografis untuk mendefinisikan segmen pada layanan tertentu (Harrison, 2000). Beberapa penelitian telah membahas pengelompokan individu berdasarkan perilaku keuangan sehari-hari. Pengelompokan ini bermanfaat pada segmentasi konsumen di industri keuangan. Penelitian di Swiss oleh Fünfgeld dan Wang (2009) menjelaskan faktor kecemasan (*anxiety*), ketertarikan terhadap masalah keuangan (*interest in financial issues*), keputusan berdasarkan intuisi (*intuitive decisions*), kebutuhan menabung untuk kebutuhan tidak terduga (*need for precautionary saving*), dan pengeluaran bebas (*free-spending*) memengaruhi aktivitas sehari-hari aspek keuangan. Individu dapat menunjukkan kegelisahan (*anxiety*) yang disebabkan adanya perasaan subjektif terkait keraguan dan rasa tidak aman (Warneryd, 1999). Kegelisahan ini menyebabkan terjadinya penundaan pengambilan keputusan keuangan yang merupakan penyebab dari buruknya pengelolaan dana pensiun (O'Donoghue dan Rabin, 1998). Jika seseorang tidak yakin atau ragu terhadap suatu produk investasi keuangan, dia akan membutuhkan waktu lebih lama untuk mengambil keputusan, bahkan akhirnya tidak mengambil keputusan apa-apa.

Setiap individu memiliki tingkat ketertarikan terhadap masalah keuangan (*interest in financial issues*) yang berbeda. Ada individu yang benar-benar memiliki perhatian dan minat yang tinggi dalam masalah keuangan, sedangkan ada juga yang bersikap acuh terhadap masalah keuangan yang ada. Tingkat ketertarikan ini sangat dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan yang dimiliki. Individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik cenderung memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap masalah keuangan. Individu tersebut akan aktif untuk membaca berita, membicarakan masalah tersebut, dan terus berusaha untuk mencari informasi. Individu yang intuitif cenderung mengambil keputusan secara spontan (*intuitive decisions*), mengikuti intuisinya tanpa melakukan analisa yang mendalam. Individu yang intuitif lebih terpengaruh oleh inspirasi daripada analisa yang logis dan konkrit (Pompian dan Longo, 2005). Individu yang cenderung melakukan analisa terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan cenderung akan mengelola keuangannya dengan lebih baik. Misalnya dalam pengelolaan tabungan serta konsumsi sehari-hari yang tidak berlebihan dan cenderung bukan merupakan *free-spender* yang mudah

tertarik terhadap penawaran menarik seperti diskon, promosi, iklan, dsb. (Cryder et al., 2008).

Ada juga individu yang mementingkan produk tabungan untuk menghadapi situasi maupun kebutuhan yang tak terduga di masa yang akan datang. Individu yang merasa bahwa *precautionary saving* penting akan mengurangi konsumsi yang tidak perlu dan akan mengalihkan dana tersebut untuk disimpan atau ditabung untuk kebutuhan yang tidak terduga di masa yang akan datang. Hal ini berlawanan dengan perilaku *free-spending* yang memiliki slogan hidup untuk hari ini saja. Terkait dengan penelitian berdasarkan faktor-faktor yang dikemukakan oleh Fünfgeld dan Wang (2009) tersebut, sosio-demografis memegang pengaruh penting terhadap perilaku keuangan individu sehari-hari. Variabel sosio-demografis yang berpengaruh antara lain usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Pada usia yang lebih dewasa, individu akan cenderung menunjukkan sikap sering menabung dan tidak *free-spending*. Individu usia dewasa dan usia lanjut juga ditemukan lebih tidak mudah terpengaruh oleh promosi penjualan. Sedangkan individu di bawah usia 35 tahun cenderung lebih boros dan intuitif dalam melakukan pembelian. Individu dengan usia dewasa ataupun lanjut juga akan lebih mementingkan untuk memiliki tabungan untuk kebutuhan tidak terduga di masa yang akan datang atau dapat dikatakan memiliki *need for precautionary saving* yang lebih tinggi.

Dari segi *gender*, wanita ditemukan menunjukkan sifat lebih *free-spending* daripada pria. Hal ini disebabkan karena wanita cenderung memiliki kebutuhan yang lebih banyak daripada pria. Sifat menghindari risiko juga lebih banyak ditemukan pada wanita. Wanita juga lebih sering membahas topik keuangan dengan orang lain (Van Raij, 2016). Namun, ada penelitian yang menunjukkan bahwa wanita memiliki ketertarikan yang lebih rendah terhadap topik keuangan dibandingkan pria (Fünfgeld dan Wang, 2009). Tingkat pendidikan individu juga memegang pengaruh penting dalam menentukan perilaku keuangan sehari-hari. Individu dengan tingkat pendidikan yang tinggi lebih mencari dan mau membeli produk keuangan yang rumit (Van Raij, 2016). Individu dengan tingkat pendidikan akhir SMA ditemukan lebih cenderung menunjukkan kegelisahan (*anxiety*) dalam pengambilan keputusan keuangan. Sedangkan lulusan universitas cenderung lebih rasional dalam pengambilan keputusan. (Fünfgeld dan Wang, 2009).

Penelitian terkait pengaruh variabel sosio-demografis terhadap perilaku keuangan sehari-hari ini dirasa perlu untuk dilakukan di Indonesia. Hal ini dikarenakan adanya perilaku konsumtif dari masyarakat Indonesia, serta struktur masyarakat Indonesia yang heterogen, terutama dari segi sosio-demografisnya. Perilaku masyarakat Indonesia yang konsumtif ini menimbulkan berbagai perilaku keuangan yang tidak bertanggung jawab, seperti kurangnya kegiatan menabung,

---

investasi, perencanaan dana darurat, dan penganggaran dana untuk masa depan (Herdjiono dan Damanik, 2016). Perilaku konsumtif ini juga identik dengan praktik belanja impulsif sehingga seringkali individu dengan pendapatan yang cukup masih sering mengalami masalah finansial (Al-Kholilah dan Iramani, 2013). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa masyarakat Indonesia semakin konsumtif dan mulai meninggalkan kebiasaan menabung. Hal ini tercermin dari menurunnya *marginal propensity to save* (MPS) dalam 5 tahun terakhir dan naiknya *marginal propensity to consume* (MPC). Bahkan, Indonesia menempati urutan terbawah di kawasan Asia Tenggara dalam hal total nominal tabungan serta kebiasaan menabung.

Untuk penentuan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan sehari-hari, maka digunakan faktor-faktor hasil penelitian Fünfgeld dan Wang yang telah dilakukan di Swiss sebelumnya. Pemilihan faktor-faktor ini juga relevan dengan teori perilaku keuangan, di mana menurut Dew dan Xiao (2011), perilaku keuangan mencakup tiga dimensi keuangan, yaitu konsumsi, pengaturan arus kas, serta tabungan dan investasi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan menguji pengaruh variabel sosio-demografis terhadap faktor-faktor penentu perilaku keuangan sehari-hari pada masyarakat di Indonesia. Variabel sosio-demografis terdiri dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan. Faktor-faktor penentu perilaku keuangan sehari-hari yang digunakan *anxiety*, *interest in financial issues*, *intuitive decisions*, *need for precautionary saving*, dan *free-spending* (Fünfgeld dan Wang, 2009). Penelitian ini memiliki kelebihan dibandingkan penelitian sebelumnya karena pembahasan perilaku keuangan sehari-hari diuraikan ke-lima perilaku. Penelitian terdahulu hanya fokus pada satu perilaku secara spesifik, misalnya perilaku menabung atau perilaku konsumsi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat untuk mengetahui faktor-faktor penentu perilaku keuangan sehari-hari supaya pengelolaan keuangan pribadinya dapat semakin ditingkatkan. Bahkan bagi institusi keuangan, penelitian ini dapat membantu memberikan informasi terkait segmentasi konsumen berdasarkan profil sosio-demografisnya, sehingga pihak institusi keuangan dapat menentukan strategi pemasaran dan produk yang tepat. Pihak institusi keuangan juga dapat bekerja sama dengan pihak lain untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia untuk mencapai kesejahteraan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif, dengan tujuan menguji pengaruh variabel sosio-demografis terhadap faktor-faktor *anxiety*, *interest in financial issues*, *intuitive decision*, *need for precautionary saving*, dan *free-spending*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk Indonesia yang melakukan kegiatan keuangan sehari-hari. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* sebanyak 168

responden yang mewakili beberapa kota besar di Indonesia, dengan syarat berusia 18 hingga 50 tahun ke atas dan memiliki pendapatan sendiri atau uang saku (bagi responden yang belum memiliki penghasilan sendiri).

Responden diberi kuesioner secara langsung (hardcopy) atau melalui *Google Forms* (online). Kuesioner disusun menggunakan acuan dari penelitian Fünfgeld dan Wang (2009) dengan beberapa penyesuaian dan penambahan hingga tersusun 19 pertanyaan terkait perilaku keuangan sehari-hari dalam lima poin Skala Likert pernyataan “Sangat tidak sesuai” hingga “Sangat sesuai”. Variabel independen adalah variabel sosio-demografis (usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan); variabel dependen adalah *anxiety*, *interest in financial issues*, *intuitive decisions*, *need for precautionary saving*, dan *free-spending*. Metode pengujian adalah OLS (Ordinary Least Square) setelah memenuhi uji validitas dan reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan dalam kuesioner.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi responden menunjukkan 76% berada pada usia 18 tahun – 35 tahun; dengan perbandingan antara pria dan wanita adalah sebesar 48% pria dan 52% wanita. Responden memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA berjumlah 118 orang (70% dari keseluruhan). Tingkat pendapatan di bawah Rp 3.000.000 sebesar 50%.

#### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Langkah pertama yang dilakukan adalah uji validitas terhadap masing-masing butir pernyataan tentang faktor-faktor penentu perilaku keuangan sehari-hari.

Tabel 1. Uji Validitas

	<b>Factor Loadings</b>
<b>Factor 1: Anxiety</b>	
Saya tidak yakin dengan beberapa istilah keuangan	0.575 **
Saya menjadi cemas saat menghadapi masalah keuangan	0.782 **
Saya cenderung menunda keputusan keuangan	0.752 **
Setelah membuat keputusan keuangan, saya menjadi cemas apakah keputusan saya benar atau salah	0.739 **
<b>Factor 2: Interest in Financial Issues</b>	
Saya membaca, menonton, atau mendengar berita bisnis/ekonomi dengan seksama	0.825 **
Saya tertarik mengikuti seminar, forum atau workshop tentang topik keuangan	0.823 **
Saya suka ikut berbincang tentang isu keuangan	0.796 **
<b>Factor 3: Intuitive Decisions</b>	
Saya membandingkan dan mempertimbangkan risiko keuangan	0.52 **

Walaupun beli barang dengan jumlah besar, saya cenderung belanja secara spontan	0.539	**
Saya menikmati bacaan tentang hasil <i>product testing</i> (uji coba produk)	0.514	**
Saya jarang mengeluh (komplain), meskipun saya memiliki alasan untuk mengeluh (komplain)	0.523	**
Saya membuat keputusan keuangan berdasarkan intuisi atau pengalaman	0.373	**
<b>Factor 4: Need for Precautionary Saving</b>		
Saya merasa susah jika tidak memiliki simpanan uang di masa-masa sulit	0.559	**
Saya mementingkan masa depan saya	0.646	**
Saya berusaha memenuhi target jangka panjang yang sudah ditentukan	0.615	**
Saya bertanggung jawab menyiapkan anggaran ( <i>budget</i> ) belanja pribadi	0.694	**
<b>Factor 5: Free-spending</b>		
Saya suka membelanjakan uang saat hati tidak senang atau marah	0.761	**
Saya tertarik membeli bila ada promo atau penawaran khusus	0.706	**
Saya lebih suka membelanjakan uang daripada menabung	0.779	**

\*\*Tingkat signfikansi 5%

Uji validitas menunjukkan nilai *factor loadings* (*Pearson Correlation*) > 0.1515 dengan tingkat signifikansi 5%; dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan tersebut lulus uji validitas.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Kriteria
<i>Anxiety</i>	0.678	0.6	<i>Reliable</i>
<i>Interest in Financial Issues</i>	0.747	0.6	<i>Reliable</i>
<i>Intuitive Decisions</i>	0.233	0.6	<i>Unreliable</i>
<i>Need for Precautionary Saving</i>	0.492	0.6	<i>Unreliable</i>
<i>Free-spending</i>	0.612	0.6	<i>Reliable</i>

Uji reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60, maka variabel yang diuji dinyatakan reliabel. Setelah melakukan uji reliabilitas, faktor *intuitive decisions* dan faktor *need for precautionary saving* memiliki nilai *cronbach alpha* < 0.60, sehingga dikatakan tidak reliabel. Untuk selanjutnya kedua faktor tersebut tidak digunakan pada uji selanjutnya.

### Uji Asumsi Klasik dan OLS

Sebelum melakukan uji OLS maka dilakukan uji asumsi klasik agar model tersebut valid sebagai alat penduga, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Hasil uji menyatakan semua variabel lolos dengan faktor dependen *anxiety*, *interest in financial issues*, dan *free-spending*.

Tabel 3. Uji OLS

	Factor					
	1		2		3	
	<i>Anxiety</i>		<i>Interest in Financial Issues</i>		<i>Free-spending</i>	
	<b>B</b>	<b>SE</b>	<b>B</b>	<b>SE</b>	<b>B</b>	<b>SE</b>
<i>Gender</i>	0.132	0.431*	-0.233	0.432**	0.134	0.382*
<i>Age</i>						
18-35						
36-50	-0.069	1.210	0.058	1.214	0.013	1.072
Di atas 51	-0.112	0.750	0.005	0.752	-0.400	0.665**
<i>Education</i>						
<=SMA						
S1	-0.161	0.592*	0.000	0.594	0.051	0.525
S2/S3	-0.283	1.518**	0.080	1.523	-0.229	1.346**
Lain-lain	-0.017	1.939	-0.044	1.946	0.114	1.719
<i>Income</i>						
Di bawah Rp 3.000.000						
Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	0.034	0.542	0.074	0.544	0.059	0.480
Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	-0.043	0.757	0.000	0.759	0.136	0.671*
Rp 10.000.000 - Rp 15.000.000	-0.013	1.128	0.149	1.132*	0.017	1.000
Di atas Rp 15.000.000	-0.026	0.936	0.168	0.939	0.167	0.830
Constant	13.400	1.240	7.790	1.244	8.536	1.099
Adjusted R-squared	0.123		0.072		0.171	
F	3.344**		2.298**		4.443**	

\*Tingkat signifikansi 5%; \*\*Tingkat signifikansi 10%

Hasil uji OLS menunjukkan bahwa usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap faktor-faktor *anxiety*, *interest in financial issues*, dan *free-spending*. Namun, secara parsial hanya beberapa variabel yang berpengaruh signifikan. Pendidikan (tingkat pendidikan S1 dan S2 atau S3) dan jenis kelamin berpengaruh secara parsial terhadap *anxiety*. Tingkat pendidikan berpengaruh negatif terhadap *anxiety*, berarti semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, kegelisahan dalam pengambilan keputusan masalah keuangan menjadi semakin kecil. Individu dengan tingkat pendidikan yang tinggi cenderung memiliki kemampuan analisa yang baik, mampu mengkalkulasi risiko,

serta memiliki proses pengambilan keputusan yang cenderung lebih baik (Fünfgeld & Wang, 2009). Wanita cenderung memiliki pengetahuan keuangan yang lebih rendah dibandingkan pria (Chen & Volpe, 2002). Kurangnya pengetahuan keuangan dapat menyebabkan adanya rasa keraguan dalam hal keuangan. Hal ini menyebabkan wanita menunjukkan tingkat *anxiety* lebih tinggi daripada pria. Pendapatan dan usia tidak berpengaruh signifikan terhadap *anxiety*. Keraguan pada diri individu tidak dipengaruhi oleh pendapatan dan usia, sebab siklus hidup individu sejak usia dini hingga dewasa, sejak belum memiliki penghasilan sendiri sampai memiliki penghasilan sendiri akan selalu terlibat dalam setiap aktivitas sehari-hari terkait keputusan keuangan.

Jenis kelamin dan tingkat pendapatan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap isu keuangan. Wanita dan pria memiliki tingkat ketertarikan terhadap isu keuangan yang berbeda-beda. Tingkat pengetahuan keuangan pada wanita lebih rendah daripada pria sehingga wanita memiliki tingkat ketertarikan isu keuangan lebih rendah dibandingkan pria (Chen & Volpe, 2002). Pendapatan tinggi (Rp10.000.000-Rp15.000.000) berpengaruh signifikan dikarenakan individu tertarik untuk mengelola pendapatannya sedemikian rupa, sehingga ketertarikan terhadap isu keuangan menjadi lebih tinggi.

Jenis kelamin, usia (di atas 51 tahun), tingkat pendidikan (S2 atau S3), dan tingkat pendapatan (Rp5.000.000-Rp10.000.000) berpengaruh signifikan terhadap *free-spending*. Wanita cenderung melakukan *free-spending*, sebab kebutuhan wanita cenderung lebih banyak dan mudah tertarik dengan adanya promosi ataupun penawaran khusus (Fünfgeld & Wang, 2009). Usia di atas 51 tahun cenderung tidak memiliki sifat *free-spending*, sebab kelompok usia tersebut sudah tidak membelanjakan uang secara berlebihan serta tidak mudah terpancing dengan penawaran khusus dalam melakukan pembelian. Individu pada kelompok usia ini cenderung menyimpan uang untuk kebutuhan di masa pension dan kebutuhan hari tua yang jauh lebih penting. Hal yang sama juga berlaku untuk individu yang berpendidikan tinggi (S2 atau S3), sebab tingkat edukasi yang tinggi membuat konsumen lebih rasional dan mempertimbangkan berbagai hal serta tidak impulsif dalam melakukan pembelian. Tingkat pendapatan (Rp5.000.000-Rp10.000.000) termasuk dalam tingkat pendapatan menengah. Kelompok pendekatan menengah cenderung bersifat *free-spending*. Kelompok ini cenderung membeli berbagai macam barang di luar kebutuhan primernya, karena kebutuhan primernya telah tercukupi.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan ketiga model, jenis kelamin dan pendidikan merupakan variabel sosio-demografi yang mempengaruhi perilaku keuangan sehari-hari (faktor *anxiety*,

*interest in financial issues, dan free-spending*) secara signifikan. Perilaku yang melekat pada pria dan wanita serta tingkat pendidikan yang dimiliki mendorong setiap individu untuk mengambil keputusan keuangan dalam kegiatan sehari-harinya. Keputusan yang diambil akan mengarah pada tindakan positif maupun negatif. Dengan demikian, kondisi psikologis dan kebiasaan perilaku ini perlu dibentuk dan diarahkan supaya memberikan manfaat pada kehidupannya di masa yang akan datang. Pemerintah dapat bekerjasama dengan perguruan tinggi dan lembaga lainnya untuk mengedukasi masyarakat supaya tidak melakukan tindakan konsumtif yang tinggi, sebaliknya perlu ditekankan pada kegiatan berinvestasi yang lebih baik.

## REFERENSI

- Al-Kholilah, N. dan Iramani. 2013. Studi financial management behavior pada masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*. 3 (1): 69-80.
- Ackert, L. dan Deaves, R. 2010. *Behavioral finance: Psychology, decision-Making, and markets*. Edisi ke 1. Mason, OH: South-Wester Cengage Learning.
- Chen, H. dan Volpe, R. P. 2002. Gender differences in personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*. 11: 289-307.
- Cryder, C., Lerner, J., Gross, J. dan Dahl, R. 2008. Misery is not miserly – sad and self-focused individuals spend more. *Psychological Science*. 19(6): 525-30.
- Dew, J. dan Xiao J.J. 2011. The financial management behavior scale: development and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*. 22(1): 43-60.
- Fünfgeld, B. dan Mei Wang. 2008. Attitudes and behaviour in everyday finance: evidence from Switzerland. *International Journal of Bank Marketing*. 27 (2): 108-128.
- Harrison, T. 2000. *Financial Services Marketing*. Harlow: FT Prentice Hall-Financial Times.
- Herdjiono, I. dan Damanik, L.A. 2016. Pengaruh financial attitude, financial knowledge, parental income terhadap financial management behavior. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 9 (3): 226-241
- Jenkins, M. dan McDonald, M. 1997. Market segmentation: organizational archetypes and research agendas. *European Journal of Marketing*. 31(1): 17-32.
- Kostakis, I. 2012. Households' saving behavior in Greece corresponding counter measures in financial crisis. *International Journal of Economic Practices &*
-

*Theories*. 2(4): 253-265.

O'Donoghue, T. dan Rabin, M. 1998. Procrastination in preparing for retirement.  
*Behavioral Dimensions of Retirement Economics*. 125-56.

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). 2005.  
*Improving Financial Literacy – Analysis of Issues and Policies*, OECD  
Publishing, Paris.

Pompian, M. dan Longo, J. 2005. Incorporating behavioral finance into your practice.  
*Journal of Financial Planning*. 20 (2): 55-63.

Raaij, W. F. van. 2016. *Understanding Consumer Financial Behavior*. Palgrave  
Macmillan. Hampshire. England.

Warneryd, K. 1999. *The psychology of saving*. Cheltenham: Edward Elgar. England.