

PENGARUH PENGALAMAN KEUANGAN, EMOSI, DAN NILAI UANG TERHADAP KECENDERUNGAN BERHUTANG DENGAN MEDIASI MATERIALISME

Galuh Satrida^{(1)*}, Lutfi Lutfi⁽²⁾

⁽¹⁾Universitas Hayam Wuruk Perbanas

⁽²⁾ Universitas Hayam Wuruk Perbanas

(1)*galuhsatrida30@gmail.com

Abstrak.

Perilaku berhutang seolah sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia, khususnya di kota metropolitan. Perilaku ini semakin meningkat seiring dengan ketersediaan pinjaman berbasis teknologi (fintech). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pengalaman keuangan, emosi, nilai uang, materialisme terhadap kecenderungan berhutang masyarakat di Jakarta dan sekitarnya serta Surabaya dan sekitarnya. Pemilihan sampel didasarkan pada teknik purposive sampling dan convenience sampling. Terdapat 137 responden penelitian yang tersebar relatif merata di kedua wilayah. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Partial Least Squares-Structural Equation Model (PLS-SEM). Hasil pengujian menunjukkan bahwa emosi berpengaruh negatif secara signifikan terhadap kecenderungan berhutang, sementara nilai uang dan materialisme berdampak positif secara signifikan terhadap kecenderungan berhutang. Tidak terdapat bukti signifikan bahwa pengalaman keuangan berpengaruh terhadap kecenderungan berhutang. Selain itu, materialisme secara signifikan memediasi pengaruh nilai uang terhadap kecenderungan berhutang. Temuan ini merekomendasikan individu untuk tidak memandang uang dan kepemilikan barang mewah sebagai sesuatu hal paling penting dalam hidup agar mereka bisa terhindar dari kecenderungan berhutang yang berlebihan.

Kata kunci: Kecenderungan berhutang, Emosi, Materialisme, Nilai uang, Pengalaman keuangan.

Abstract.

Debt behavior seems to have become a lifestyle for Indonesian people, especially in metropolitan cities. This behavior is increasing along with the availability of technology-based loans (fintech). This research aims to examine the influence of financial experiences, emotions, the value of money, materialism on individual's propensity to indebtedness in Jakarta and its surroundings as well as Surabaya and its surroundings. Sample selection was based on purposive sampling and convenience sampling techniques. There were 137 research respondents spread relatively evenly across the two regions. The data analysis technique used is Partial Least Squares – Structural Equation Model (PLS-SEM). The test results show that emotions have a significant negative effect on the tendency to get into debt, while the value of money and materialism have a significant positive impact on propensity to indebtedness. There is no significant evidence that financial experience influences the propensity to indebtedness. In addition, materialism significantly mediates the influence of the value of money on propensity to indebtedness. These findings recommend individuals not to regard money and ownership of luxury goods as the most important things in life so that they can avoid the tendency to become over-indebted.

Keywords: Propensity to indebtedness, Emotions, Materialism, Value of money, Financial experience.

PENDAHULUAN

Era globalisasi yang disertai dengan kemajuan teknologi menjadikan masyarakat mudah untuk memperoleh berbagai informasi terkait dengan produk yang

ditawarkan oleh penjual. Kondisi ini dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif di kalangan masyarakat (Luo et al., 2022; Sanny et al., 2023). Data Badan Pusat Statistik (2022) di Indonesia memperlihatkan bahwa rata-rata

pengeluaran perkapita sebulan naik sebesar 8,71 persen tahun 2022 dibanding 2021. Laporan International Monetary Fund (2020) juga mengungkapkan bahwa rasio hutang rumah tangga terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia meningkat dari 16,8 persen 2019 menjadi 16,97 di 2020. Selain itu, data Badan Pusat Statistik (2021) menunjukkan total pengeluaran per kapita pada wilayah Jabodetabek sebesar 47,65 persen dan wilayah Surabaya sekitarnya sebesar 45,07 persen dari pendapatan pada 2020. Pengeluaran rumah tangga yang tinggi ditengah tingginya tingkat pengangguran dan pendapatan yang relatif tidak mengalami peningkatan dapat mendorong perilaku berhutang (Badan Pusat Statistik, 2022).

Gambaran diatas bisa merefleksikan meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat Indonesia. Individu yang memiliki karakteristik konsumtif tetap membeli apapun yang diinginkannya seringkali tanpa mempertimbangkan kemampuan keuangannya. Risikonya adalah bahwa pengeluaran individu tersebut akan lebih besar daripada pendapatan yang dimiliki. Ketika pengeluaran lebih tinggi dari pemasukan, biasanya individu memutuskan untuk berhutang guna memenuhi kebutuhannya tersebut (Azimi Doosti & Karampour, 2017).

Berbagai riset terdahulu telah mengkaji dampak buruk utang berlebihan seperti kemelaratan (Achtziger, 2022), kesehatan mental (Deckard et al., 2022), dan kesejahteraan finansial (Xiao & Kim, 2022). Memperhatikan dampak negatif dari utang berlebihan terhadap kesehatan dan kesejahteraan keuangan maka perlu dikaji lebih dalam faktor penentu kecenderungan berhutang, sebagai bentuk peringatan dini dari perilaku utang berlebihan, di masyarakat Indonesia. Kecenderungan berhutang merupakan keadaan dimana seseorang atau kelompok mempunyai keinginan melakukan pinjaman utang untuk memenuhi kebutuhan keuangan atau untuk menunjang kegiatan ekonomi (Azma et al.,

2019). Berbagai faktor penentu kecenderungan berhutang tersebut antara lain pengalaman keuangan, emosi, meterisisme, dan nilai uang.

Pengalaman keuangan bisa mencakup pengalaman terkait produk perbankan, investasi, dana pensiun, dan asuransi (Husna & Lutfi, 2022). Semakin banyak pengalaman yang dimilikinya maka kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya akan semakin bijak (Brilianti & Lutfi, 2020; Iramani & Lutfi, 2021; Purwidiyanti & Tubastuvi, 2019). Selanjutnya, hal ini dapat mengurangi kecenderungan berhutang (Lusardi & Tufano, 2015). Faktor emosi juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang kecenderungan berhutang (Brown & Woodruffe-Burton, 2015). Ketika jumlah utang yang dimiliki semakin banyak maka seseorang akan mengalami rasa malu, kehidupan rumah tangganya tidak harmonis, dan mengalami tekanan mental (Flores & Vieira, 2014). Semakin tinggi potensi gangguan emosi karena rasa malu dan tekanan dari berhutang maka seseorang akan berupaya untuk menghindari utang (Rahman, Lim, et al., 2020; Selvaraja & Abdullah, 2020). Kecenderungan untuk berhutang juga tidak bisa terlepas dari sifat materialisme, yang berkaitan dengan pencarian status dan kebiasaan belanja (Azma et al., 2019; Wahono & Pertiwi, 2020). Orang dengan materialisme tinggi sering kali memiliki pengeluaran lebih besar daripada pendapatan yang diperoleh sehingga menyebabkan lebih cenderung berhutang sebagai cara cepat memenuhi keinginan konsumtif tersebut (Azma et al., 2019; Flores & Vieira, 2014; Matos et al., 2019; Mittal, 2022; Rahman, Lim, et al., 2020).

Kecenderungan berhutang juga bisa dipengaruhi oleh cara pandang seseorang dalam menilai uang. Seseorang yang menilai uang sebagai sumber kekuasaan dan keresahaan cenderung memiliki perilaku keuangan yang buruk, dan sebaliknya seseorang yang memandang uang sebagai sesuatu yang perlu dijaga

keberlangsungannya cenderung memiliki perilaku keuangan yang baik (Azimi Doosti & Karampour, 2017). Dalam konteks kecenderungan berhutang, orang yang menghargai kepemilikan uang cenderung lebih kecil kemungkinannya untuk berhutang karena mereka cenderung menabung dan hanya membelanjakan apa yang direncanakan sebelumnya (Flores & Vieira, 2014). Pengaruh pengaruh nilai uang terhadap kecenderungan berhutang kemungkinan bisa tidak langsung, namun bisa dimediasi oleh materialisme. Pandangan bahwa uang merupakan simbol kesuksesan dan sumber kebahagiaan dapat mendorong seseorang untuk lebih menyukai barang mewah dan suka berbelanja agar orang lain terkesan (Ong et al., 2021). Kebiasaan berbelanja dapat menyebabkan pendapatan yang dimiliki tidak memadai untuk menutup pengeluarannya. Dengan kata lain, semakin tinggi pandangan seseorang terhadap nilai uang maka semakin besar sifat materialisme, dan selanjutnya semakin tinggi kecenderungan untuk berhutang (Flores & Vieira, 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pengalaman keuangan, emosi, dan nilai uang terhadap kecenderungan berhutang dengan mediasi materialisme pada rumah tangga di Surabaya dan Jakarta. Penelitian ini mampu menutup beberapa celah penelitian terkait perilaku berhutang, khususnya di Indonesia. Penelitian di Indonesia umumnya difokuskan pada perilaku berhutang (Herispon, 2019; Mustika et al., 2023; Steven & Linawati, 2023), bukannya kecenderungan berhutang. Mengingat kecenderungan berhutang merupakan sinyal awal perilaku hutang berlebihan maka penulis memandang kajian tentang kecenderungan berhutang ini sangat penting. Kedua, penelitian ini mengkaji peran materialisme dalam memediasi pengaruh nilai uang terhadap kecenderungan berhutang. Penelitian terdahulu telah mengkaji peran materialisme dalam memediasi pengaruh nilai uang terhadap belanja kompulsif (Ong et al., 2021) serta

kesadaran pada diri sendiri dan orang lain terhadap kesejahteraan finansial (Sinha et al., 2021), namun bukan terkait dengan kecenderungan berhutang. Oleh karena itu, penelitian diharapkan memberikan informasi baru mengenai peran materialisme dalam memediasi cara pandang terhadap pada kecenderungan berhutang yang belum dikaji oleh penelitian sebelumnya.

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Theory of Plan Behavior (TPB)

Ajzen (2020) menyatakan bahwa Theory of Plan of Behavior (TPB) telah diterima secara luas sebagai alat untuk menganalisis perbedaan antara sikap dan niat serta antara niat dan perilaku. Teori ini telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku, seperti niat membeli (Hsu et al., 2017; Lim & An, 2021), perilaku pro lingkungan (Yuriev et al., 2020), dan perilaku keuangan (H.-M. Shih et al., 2022).

TPB menyatakan bahwa suatu niat berperilaku yang muncul dalam diri seorang individu dan niat tersebut disebabkan oleh sejumlah faktor internal dan eksternal individu tersebut. Menurut teori ini, niat berperilaku ditentukan oleh tiga faktor: sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku (Bosnjak et al., 2020). Dalam konteks penelitian, niat berperilaku tercermin pada kecenderungan untuk berhutang. Nilai uang dan materialisme mewakili sikap terhadap perilaku, serta emosi mewakili norma subyektif.

Kecenderungan Berhutang

Berhutang merupakan suatu kegiatan peminjaman uang, cek, atau barang ke pihak lain yang belum dibayar dan sistem pembayarannya secara umum dapat diangsur. Kecenderungan berhutang didefinisikan sebagai ukuran subjektif dari hutang yang dikonsumsi, atau pengambilan keputusan hutang konsumsi (Flores & Vieira, 2014). Wahono & Pertiwi (2020) menyatakan kecenderungan berhutang terjadi saat seseorang memiliki pinjaman

terhadap bank, kartu kredit atau tidak mampu menyelesaikan tagihan, berkewajiban keuangan yang dimiliki oleh seseorang kepada orang lain sebagai akibat ketidakmampuan memprediksi keadaan dimasa yang akan datang. Kecenderungan berhutang dapat diukur dengan beberapa indikator: kewajaran membelanjakan uang melebihi pendapatan, kecenderungan memperoleh uang dulu kemudian membelanjakannya, kebiasaan membayar tagihan dengan utang, kecenderungan berhutang selama mampu membayar, dan kecenderungan mengangsur daripada membeli tunai (Flores & Vieira, 2014; Rahman, Lim, et al., 2020).

Berbagai riset terdahulu telah mengkaji dampak utang berlebihan terhadap kesejahteraan. Utang berlebihan menyebabkan tekanan mental (Gao et al., 2022; Shen et al., 2014) serta gangguan tidur, kesehatan, emosi yang tidak stabil dan rendahnya kepuasan hidup (Ferreira et al., 2021). Utang berlebih juga berdampak buruk pada perilaku keuangan, seperti kurangnya persiapan pensiun (Fan & Henager, 2022; Vieira et al., 2023) dan tingkat tabungan yang rendah (Owusu et al., 2023), serta pada akhirnya menurunkan kesejahteraan keuangan (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2020; Coste et al., 2020).

Pengalaman Keuangan dan Kecenderungan Berhutang

Pengalaman keuangan adalah pengalaman dalam kepemilikan atau penggunaan produk keuangan (Brilianti & Lutfi, 2020) pengalaman keuangan berkaitan erat dengan pengetahuan tentang utang. Pengalaman keuangan mendorong perilaku keuangan yang baik (Husna & Lutfi, 2022). Semakin banyak pengalaman keuangan maka semakin besar kemungkinan seseorang mengalokasikan modalnya dengan baik dan benar. Oleh karena itu, seseorang yang memiliki lebih banyak pengalaman dalam penggunaan produk

keuangan maka individu tersebut lebih memahami mengenai konsep kegunaan produk keuangan seperti investasi, pinjaman online, tabungan, asuransi, dan simpan pinjam sehingga seseorang dapat lebih mengontrol pendapatan dan pengeluarannya secara bijak untuk kebutuhan di masa depan. Dengan demikian pengalaman keuangan yang dimiliki individu menentukan pengelolaan dan perencanaan keuangan jangka panjang, sehingga individu akan berpikir berulang kali saat melakukan utang. Hal ini selanjutnya akan memperkecil individu untuk cenderung berhutang. Hasil penelitian sebelumnya membuktikan bahwa pengalaman keuangan yang banyak akan mendorong perilaku keuangan yang lebih baik, dimana salah satu faktornya adalah perilaku hutang (Brilianti & Lutfi, 2020; Iramani & Lutfi, 2021; Purwidiyanti & Tubastuvi, 2019). Pengalaman keuangan juga mengurangi hutang berlebihan (Lusardi & Tufano, 2015).

H1: Semakin banyak pengalaman keuangan maka semakin rendah kecenderungan berhutang

Emosi dan Kecenderungan Berhutang

Emosi merupakan respon terhadap keadaan yang terjadi pada setiap individu, terdapat emosi negatif berupa kesedihan dan emosi positif berupa kegembiraan atau kepuasan. Brown & Woodruffe-Burton (2015) menyatakan bahwa emosi mempengaruhi sikap seseorang terhadap utang. Dalam konteks penelitian ini, emosi diartikan sebagai perasaan malu atau tertekan ketika memiliki utang. Individu yang tingkat kecemasan dan emosinya lebih rendah mengelola risiko lebih efisien daripada individu yang tingkat keemasannya yang tinggi. Disaat jumlah utang yang dimiliki semakin banyak maka seseorang akan mengalami rasa malu, kehidupan rumah tangganya tidak harmonis, dan mengalami tekanan mental. Untuk menghindari rasa malu dan tertekan tersebut, seseorang akan berusaha tidak memiliki utang secara

berlebihan. Seseorang yang mempunyai utang berlebih dianggap tidak mampu atau tidak memiliki tanggungjawab keuangan. Stigma negatif tersebut merupakan penyebab munculnya rasa malu dan tertekan jika tidak bisa melunasi utangnya. Oleh karena itu, seseorang yang mengalami tekanan dan rasa malu akan lebih mengurangi kecenderungan untuk berhutang. Oleh karena itu, semakin tinggi potensi gangguan emosi karena rasa malu dan tekanan dari berhutang maka seseorang akan berupaya untuk menghindari utang (Flores & Vieira, 2014; Rahman, Albaity, et al., 2020; Selvaraja & Abdullah, 2020).

H2: Semakin tinggi emosi semakin rendah kecenderungan berhutang

Nilai Uang dan Kecenderungan Berhutang

Persepsi seseorang tentang nilai uang dapat menciptakan persepsi positif dan negatif (Azimi Doosti & Karampour, 2017). Sisi positifnya, ketika seseorang memiliki uang maka orang tersebut cenderung merasakan kebahagiaan dan bangga. Sedang dari sisi negatifnya adalah uang dapat menciptakan kecemburuan sosial, dominasi, konflik, dan kekhawatiran. Seseorang orang yang memandang uang sebagai sumber kekuasaan dan keresahaan cenderung memiliki perilaku keuangan yang buruk, dan sebaliknya seseorang yang memandang uang sebagai sesuatu yang perlu dijaga keberlangsungannya cenderung memiliki perilaku keuangan yang baik (T.-Y. Shih & Ke, 2014). (Flores & Vieira, 2014) membuktikan individu yang menghargai nilai uang dalam kepemilikannya cenderung lebih rendah untuk berhutang karena individu akan menabung dan hanya membelanjakan apa yang di rencanakan sebelumnya. Namun, Azimi Doosti & Karampour (2017) membuktikan bahwa pandangan bahwa uang merupakan sesuatu yang penting dalam hidup, simbol kesuksesan, dan sumber kekuasaan juga bisa menyebabkan seseorang banyak berhutang

karena ingin mempertahankan prestise tersebut. Simbol kekuasaan sering kali di lambangkan pencapaian ambisi yang besar hal ini memerlukan financial tambahan sehingga cenderung untuk berhutang untuk meraih tujuan tersebut. Penelitian ini menggunakan konsep nilai uang dari, Azimi Doosti & Karampour (2017) sehingga menghipotesiskan bahwa nilai uang berpengaruh positif terhadap kecenderungan berhutang.

H3: Semakin tinggi nilai uang semakin tinggi kecenderungan berhutang

Materialisme dan Kecenderungan Berhutang

Wahono & Pertiwi (2020) menyatakan bahwa materialisme merupakan gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang dalam kegiatan konsumsi, yaitu kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu yang berkualitas atau bernilai tinggi dan menilai materi sebagai sesuatu yang penting dalam mencapai kebahagiaan, kepuasan, kesejahteraan hidup, dan menentukan kesuksesan. Oleh karena itu, sifat materialisme berkaitan dengan pencarian status dan kebiasaan belanja (Azma et al., 2019). Saat meterialisme tinggi, seseorang seringkali kecenderungan untuk kehilangan kontrol diri dalam membelanjakan uang (Matos et al., 2019). Hal ini berdampak pada pengeluaran yang lebih besar daripada pendapatan. Dampaknya, orang tersebut akan menggunakan cara cepat dalam mendapatkan sesuatu yang benilai tinggi dengan cenderung untuk berhutang (Azma et al., 2019; Flores & Vieira, 2014; Matos et al., 2019; Mitta & Pamungkas, 2022; Rahman, Lim, et al., 2020).

H4: Semakin tinggi materialisme semakin tinggi kecenderungan berhutang

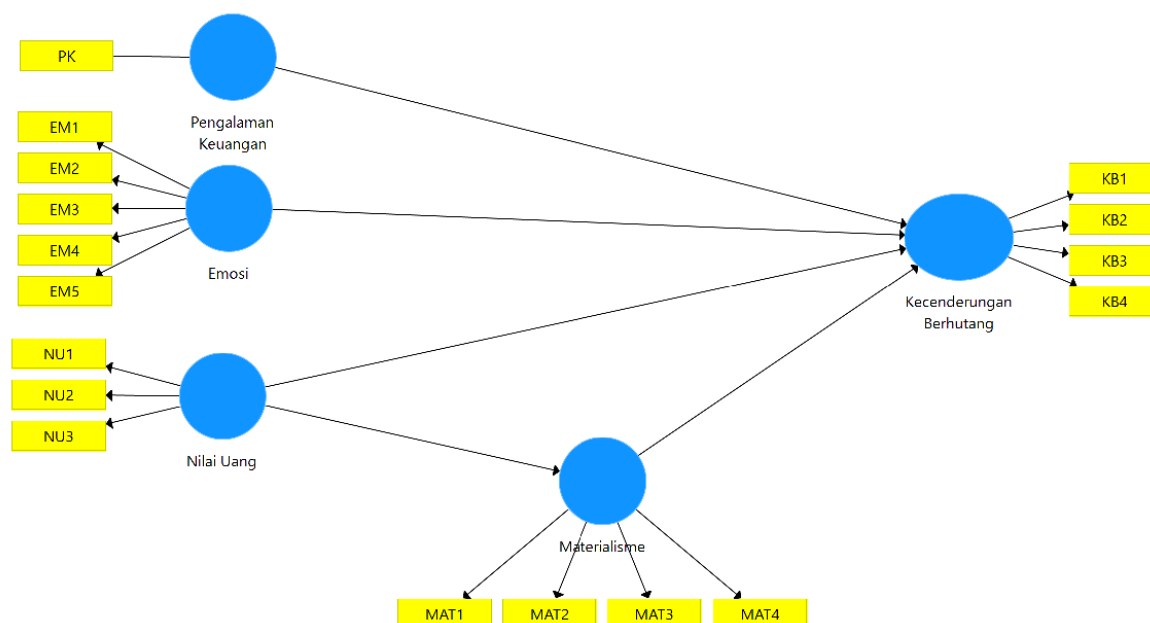
Mediasi Materialisme

Pandangan bahwa uang merupakan simbol kesuksesan dan sumber kebahagiaan dapat mendorong seseorang untuk lebih menyukai barang mewah dan suka berbelanja

yang merupakan karakteristik dari materialisme (Harnish et al., 2018). Hal ini dilakukan agar orang lain terkesan (Ong et al., 2021). Kebiasaan berbelanja dapat menyebabkan pendapatan yang dimiliki tidak memadai untuk menutup pengeluarannya (Manafe, 2022; Rahman, Albaity, et al., 2020). Dengan kata lain, semakin tinggi pandangan seseorang terhadap uang maka semakin besar sifat materialisme, dan selanjutnya semakin tinggi kecenderungan untuk berhutang (Flores & Vieira, 2014; Matos et al., 2019).

H5: Semakin tinggi nilai uang maka semakin tinggi materialisme, dan selanjutnya semakin tinggi kecenderungan berhutang

Gambar 1 menyajikan kerangka konseptual penelitian ini. Kecenderungan berhutang dipengaruhi oleh pengalaman keuangan, emosi, dan nilai uang. Selanjutnya, pengaruh nilai uang terhadap kecenderungan berhutang dimediasi oleh materialisme.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Sampel Penelitian

Populasi penelitian adalah individu yang tinggal di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), Surabaya dan sekitarnya (Gresik, Sidoarjo, Mojokerto). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria memiliki penghasilan bulanan minimal Rp.5 juta dan telah berkeluarga atau memiliki tanggungan keluarga selain dirinya. Penelitian ini juga menggunakan *convenience sampling* sehingga pengambilan sampel dipilih karena penjangkauan yang mudah bagi peneliti.

Penyebaran kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan *google form* dengan me-manfaatkan jejaring media sosial *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *line*. Jumlah sampel yang digunakan setidaknya 5 kali item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini (Memon et al., 2020) sehingga penelitian ini memiliki 22 indikator sehingga jumlah sampel minimal adalah 110 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan online menggunakan *google form* kemudian disebar ke media sosial seperti *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *line*. Responden yang di dapatkan yaitu 265 responden yang dapat diolah dan diproses yaitu 137 responden

yang sesuai kriteria. Responden tidak dimasukkan dalam sampel akhir terutama disebabkan karena belum menikah atau tidak memiliki tanggungan keluarga. Peneliti juga mengeluarkan responden yang memberikan jawaban dengan skor sama untuk semua pernyataan.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini mencakup kecenderungan berhutang sebagai variabel endogen; emosi, nilai uang, dan pengalaman keuangan sebagai variabel eksogen; serta variabel mediator yaitu materialisme. Kecenderungan berhutang merupakan kecenderungan seseorang yang berhutang dalam hal sikap dan kepribadiannya untuk memenuhi kebutuhan dengan pengeluaran financial lebih besar daripada pendapatan yang diperoleh. Indikator kecenderungan berhutang ialah kewajaran membelanjakan uang melebihi pendapatan kecenderungan memperoleh uang dulu kemudian membelanjakannya, kebiasaan membayar tagihan dengan utang, kecenderungan berhutang selama mampu membayar, kecenderungan mengangsur daripada membeli tunai, mengendalikan pengeluaran, kecenderungan memilih mengangsur walaupun totalnya lebih besar (Flores & Vieira, 2014).

Pengalaman keuangan merupakan pengalaman dalam kepemilikan atau penggunaan produk keuangan. Indikator pengalaman keuangan mencakup simpanan bank, pinjaman bank, pinjaman non bank, pinjaman fintech, pegadaian, dana pensiun, asuransi, investasi saham, investasi obligasi, investasi reksadana (Iramani & Lutfi, 2021 dan berhutang (Lusardi & Tufano, 2015)). Emosi, merupakan perasaan seseorang berkaitan dengan rasa malu, bangga dan gugup akan mengurangi kecenderungan berhutang. Indikator emosi adalah malu ketika berhutang, tertekan ketika berhutang, kebiasaan terpengaruh ketika berhutang, hubungan keluarga terganggu ketika berhutang, kinerja terganggu ketika berhutang (Rahman, Lim, et al., 2020;

Selvaraja & Abdullah, 2020). Nilai uang merupakan sebagai konsep dasar seseorang menilai uang yang dapat diklasifikasikan sebagai status sosial, prestise, ataupun ketimpangan sosial dan dominasi. Indikator nilai uang adalah uang membuat bahagia, uang mencerminkan kekuasaan, uang simbol kesuksesan dalam hidup, ketenangan hidup lebih penting daripada uang (Flores & Vieira, 2014). Materialisme merupakan gaya hidup seseorang dalam mengonsumsi sesuatu berkualitas bernilai pengejaran atau perolehan kebahagiaan yang memandang materialisme sebagai sesuatu yang penting dalam mencapai kepuasan hidup dan kesejahteraan. Indikator materialisme mencakup mengagumi orang yang memiliki rumah, mobil, pakaian mewah, membelanjakan uang untuk membeli barang mewah, senang bisa membeli lebih banyak barang, belanja membuat bahagia (Flores & Vieira, 2014).

Pengukuran variabel kecenderungan berhutang, emosi, nilai uang dan materialisme menggunakan skala interval range sangat tidak setuju (skor 1) sampai dengan sangat setuju (skor 5). Variabel pengalaman keuangan menggunakan skala ordinal, yaitu tidak pernah (skor 0) sampai dengan >3 kali (skor 4), dengan total skor tertinggi 40 dan skor terendah 0.

Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dengan menggunakan analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dimana dalam pengolahan datanya dengan menggunakan perangkat lunak *Smart-PLS*. Evaluasi atas model pengukuran berdasarkan *internal consistency reliability* menggunakan *composite reliability* >0.60, *indicator reliability* menggunakan *loading factor* > 0.60, *convergent validity* menggunakan menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE) ≥ 0.50 , dan discriminant validity menggunakan *Fornell-Larcker criteria*, yaitu Akar kuadrat AVE $\geq$ Korelasi antar Konstruk Laten, dan

Heterotrait-Monotrait ratio (HTMT) < 0,85 (Hair Jr et al., 2021).

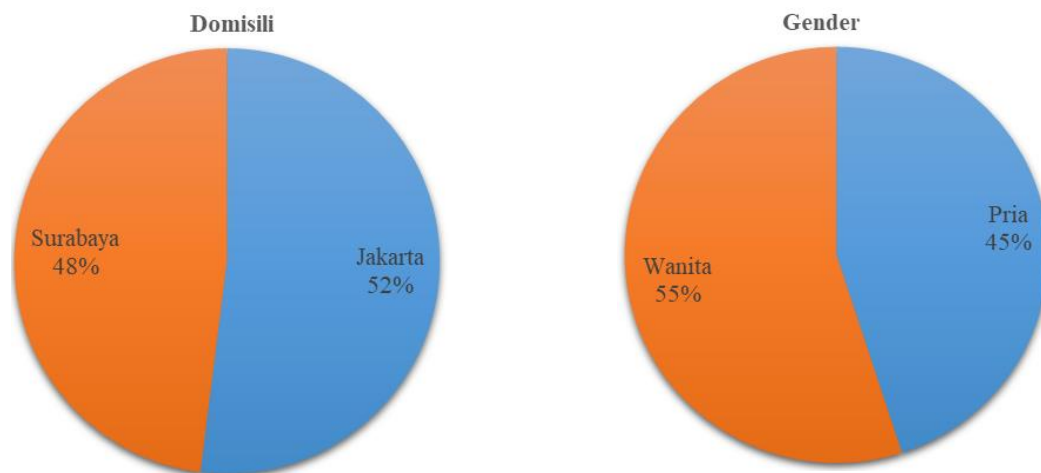
Evaluasi atas model struktural didasarkan pada *coefficient of determination* (R^2) dan *effect of size* (f^2). Model dinyatakan kuat jika $R^2 \leq 0,75$, moderate jika $R^2 \leq 0,50$, dan lemah jika $R^2 \leq 0,25$. *Effect of size* (f^2) untuk mengukur kontribusi suatu konstruk dalam menjelaskan variabel tergantung dengan ketentuan bahwa $f^2 \leq 0.35, \leq 0.15, \leq 0.02$ menunjukkan kontribusinya kuat, sedang, dan lemah (Hair Jr et al., 2021). Pengujian hipotesis menggunakan alpha 5%. Suatu hipotesis diterima jika nilai signifikansinya < 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

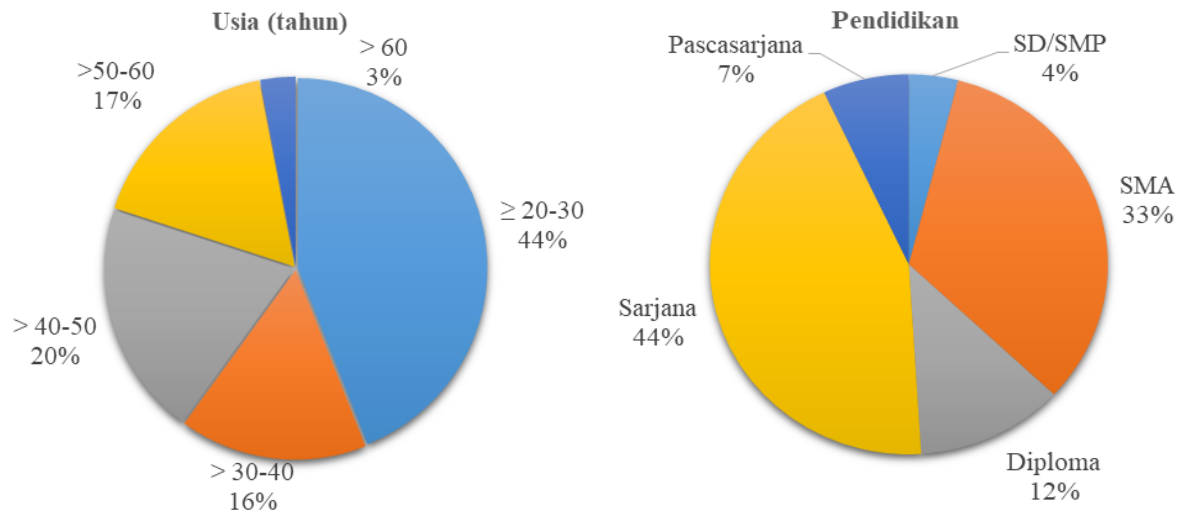
Responden dan Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan 137 responden yang berdomisili di Jakarta dan sekitarnya (Bagor, Depok, Tangerang, Bekasi) serta Surabaya dan sekitarnya

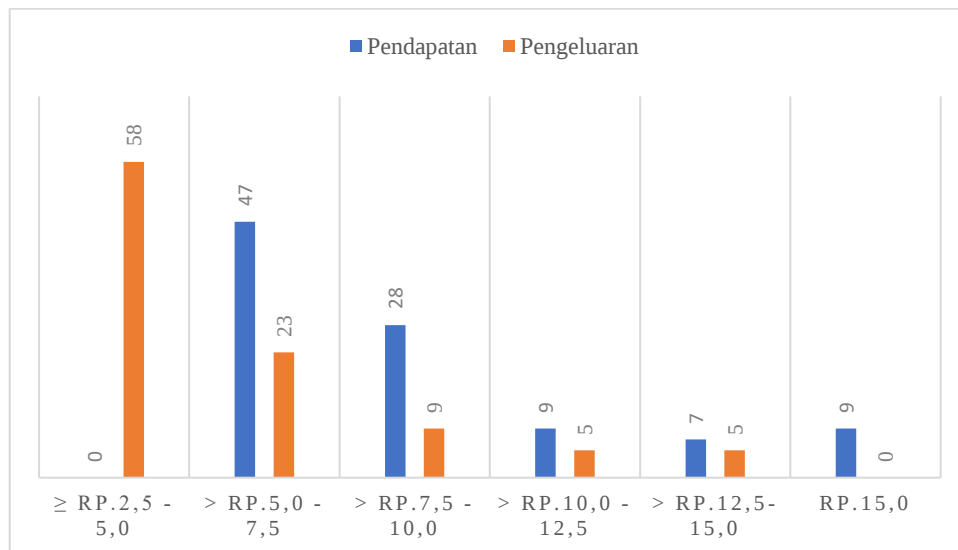
(Gresik, Sidoarjo, Mojokerto). Gambar 2 sampai Gambar 4 menyajikan informasi terkait karakteristik demografis responden. Gambar 2 memperlihatkan bahwa komposisi responden berdasarkan domisili dan gender relatif seimbang. Selanjutnya, Gambar 3 memperlihatkan bahwa mayoritas responden berusia antara 20-30 tahun, sementara dari sisi pendidikan mayoritas adalah lulusan sarjana. Hal ini meerasi tingkat pendidikan responden cukup tinggi. Terakhir, Gambar 4 mengungkapkan bahwa mayoritas responden berpendapatan perbulan $\geq$ Rp.5,0-7,5 juta (47%) dan pengeluaran perbulan $\geq$ Rp.2,5-5,0 juta (58%). Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak menggunakan semua pendapatanya untuk memenuhi kebutuhan pengeluaran bulanan, atau bisa mengindikan mereka menyisihkan sebagian dananya untuk tabungan atau investasi.



Gambar 2. Responden Berdasarkan Domisili dan Gender



Gambar 3. Responden Berdasarkan Usia dan Pendidikan Terakhir



Gambar 4. Responden Berdasarkan Pendapatan dan Pengeluaran

Tabel 2 menyajikan tanggapan responden terkait dengan variabel penelitian. Tabel ini memperlihatkan bahwa secara umum responden memiliki kecenderungan berhutang cukup rendah (2,23), tingkat materialisme cukup rendah (2,49), pandangan terhadap nilai uang sedang (3,00), dan emosi atau rasa malu ketika berhutang tinggi (3,99). Pengalaman keuangan responden adalah rendah dengan nilai median 6 dari 10 jenis pengalaman keuangan. Hal ini berarti banyak responden yang tidak memiliki pengalaman pada beberapa item pengalaman keuangan.

Evaluasi Model

Tabel 3 menyajikan hasil uji reliabilitas indikator, konsistensi internal, dan validitas konvergensi. Semua indikator memiliki faktor loading diatas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator valid. Semua konstruk memiliki Composite reliability dan Cronbach's alpha diatas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk reliabel. Terakhir, semua konstruk memiliki AVE $\geq 0,50$ yang menunjukkan bahwa semua konstruk menjelaskan variasi indikatornya dengan baik.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Median	Deviasi Standar
Kecenderungan Berhutang	2,23	2,14	0,58
Pengalaman Keuangan	7,10	6,00	5,33
Emosi	3,99	4,00	0,87
Materialisme	2,49	2,40	0,71
Nilai Uang	3,00	3,00	0,73

Sumber: Luaran SmartPLS diolah, 2023

Tabel 3. Evaluasi Reliabilitas dan Validitas

Variabel	Item	Loading Factor	Composite reliability	AVE
Kecenderungan Berhutang	Kewajaran membelanjakan uang melebihi pendapatan	0,671	0,827	0,490
	Kebiasaan membayar tagihan dengan utang	0,611		
	Kecenderungan berhutang selama mampu membayar	0,686		
	Kecenderungan mengangsur daripada membeli tunai	0,771		
Emosi	Kewajaran membelanjakan uang melebihi pendapatan	0,749	0,918	0,692
	Malu ketika berhutang	0,825		
	Tertekan ketika berhutang	0,836		
	Aktivitas rutin terganggu ketika berhutang	0,813		
Materialisme	Hubungan keluarga terganggu ketika berhutang	0,865	0,833	0,499
	Kinerja terganggu ketika berhutang	0,820		
	Mengagumi orang yang memiliki barang mewah	0,700		
	Membelanjakan uang untuk membeli barang mewah	0,728		
Nilai Uang	Senang bisa membeli lebih banyak barang	0,699	0,855	0,664
	Belanja untuk membuat orang lain terkesan	0,666		
	Resah ketika tidak bisa membeli yang diinginkan (-)	0,738		
	Uang membuat bahagia	0,708		
	Uang mencerminkan kekuasaan	0,852		
	Uang simbol kesuksesan dalam hidup	0,875		

Sumber: Luaran SmartPLS diolah, 2023

Tabel 4 memperlihatkan penelitian atas *discriminant validity* didasarkan pada *Fornell-Larcker criteria* dan *Heterotrait-Monotrait ratio* (HTMT). Hasil menggunakan *Fornell-Larcker* menunjukkan bahwa akar AVE setiap

konstruk lebih besar daripada korelasi dengan konstruk lain. Hasil menggunakan *Heterotrait-Monotrait* menunjukkan bahwa nilai $< 0,85$. Hal ini membuktikan bahwa semua konstruk memenuhi validitas deskriminan.

Tabel 4. Evaluasi Validitas Deskriminan

Konstruk	Fornell-Larcker					HTMT
	E	KB	M	NU	PK	
Emosi (E)	0,832					
Kecenderungan Berhutang (KB)	-0,307	0,700				
Materialisme (M)	-0,007	0,524	0,707			0,702
Nilai Uang (NU)	-0,004	0,227	0,436	0,815		0,315
Pengalaman Keuangan (PK)	-0,252	0,044	0,035	0,281	1,000	0,100

Sumber: Luaran SmartPLS diolah, 2023

Evaluasi terhadap model struktural berdasarkan kolinieritas statistik (VIF), koefisien determinasi (R^2), dan besaran

dampak (f^2) disajikan pada Tabel 5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak ada masalah kolinieritas karena semua variabel

eksogen memiliki $VIF < 5$. Model kecenderungan berhutang tergolong lemah karena memiliki R^2 sebesar $0,369 < 0,50$ (Hair Jr et al., 2021). Hal ini berarti sekitar 63 persen variasi dari variabel kecenderungan berhutang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan kontribusinya dalam menjelaskan variabel kecenderungan berhutang, materialisme memiliki kontribusi

sedang, yaitu sebesar 0,338, sementara emosi memiliki kontribusi kecil. Kontribusi nilai terhadap kecenderungan berhutang dapat diabaikan, namun kontribusinya terhadap materialisme sebagai variabel mediasi tergolong sedang. Hal ini bisa mengindikasikan bahwa pengaruh nilai uang terhadap kecenderungan berhutang tidaklah bersifat langsung, namun melalui mediasi materialisme.

Tabel 5. Evaluasi Model Struktural

Variabel	VIF		R ²	f ²	
	KB	M		KB	M
Kecenderungan Berhutang (KB)			0,369		
Materialisme (M)	1,249		0,190	0,338	
Emosi (E)	1,075			0,149	
Nilai Uang (NU)	1,363	1,000		0,000	0,235
Pengalaman Keuangan (PK)	1,180			0,005	

Sumber: Data penelitian, 2023

Hasil Pengujian dan Pembahasan

Terdapat dua model yang akan diuji, yaitu model dasar dan model mediasi. Tabel 6 menyajikan hasil pengujian hipotesis (model tanpa mediasi) bahwa variabel materialisme berpengaruh positif signifikan terhadap kecenderungan berhutang. Serta variabel emosi berpengaruh negatif signifikan terhadap kecenderungan berhutang. Namun variabel pengalaman keuangan dan nilai uang tidak berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan berhutang. Selanjutnya, hasil pengujian model mediasi membuktikan bahwa variabel materialisme positif signifikan mediasi nilai uang terhadap kecenderungan berhutang.

Temuan pertama dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman keuangan (PK) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan berhutang (KB), atau dengan kata lain hipotesis pertama tidak dapat diterima. Pengalaman dalam penggunaan produk keuangan, seperti investasi, pinjaman online, tabungan, asuransi, dan simpan pinjam, tidak

mengurangi individu untuk cenderung berhutang. Hasil penelitian tidak sesuai dengan Purwidiанти & Tubastuvi (2019) yang membuktikan bahwa pengalaman keuangan yang banyak akan mendorong perilaku keuangan yang lebih baik, dimana salah satu faktornya adalah perilaku hutang. Pengaruh yang tidak signifikan ini kemungkinan bisa disebabkan oleh dua hal. Pertama, pengalaman keuangan dari responden penelitian ini tergolong, yaitu dengan median enam dari total 10 item pengalaman keuangan. Berarti secara rata-rata per item, responden memiliki pengalaman keuangan dari satu kali. Rendahnya pengalaman keuangan ini bisa menyebabkannya tidak berdampak signifikan terhadap kecenderang berhutang. Kedua, penelitian ini mengukur pengalaman keuangan dengan cakupan luas, yaitu simpanan bank, pinjaman, investasi, dan dana pensiun. Menurut Lusardi & Tufano (2015), pengalaman berhutanglah yang secara signifikan mempengaruhi perilaku berhutang.

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan	Model Dasar			Model Mediasi		
	Koefisien	T Statistics	P-Value	Koefisien	T Statistics	P-Value
PK → KB	-0,068	0,837	0,201	-0,059	0,709	0,239
E → KB	-0,313	4,641	0,000	-0,318	4,467	0,000
NU → KB	0,056	0,637	0,262	0,017	0,172	0,432
M → KB	0,503	5,878	0,000	0,516	5,767	0,000
NU → M				0,436	5,409	0,000
NU → M → KB				0,225	3,619	0,000

Sumber: Data penelitian, 2023

Temuan selanjutnya penelitian ini adalah emosi (E) berpengaruh negatif signifikan pada kecenderungan berhutang (KB), atau dengan kata lain hipotesis kedua diterima. Seseorang yang mempunyai utang berlebih dianggap tidak mampu atau tidak memiliki tanggungjawab keuangan. Stigma negatif tersebut merupakan penyebab munculnya rasa malu dan tertekan jika tidak bisa melunasi utang. Ketika seseorang memiliki jumlah utang semakin banyak maka orang tersebut akan mengalami rasa malu, kehidupan rumah tangganya tidak harmonis, dan mengalami tekanan mental. Untuk menghindari rasa malu dan tertekan tersebut, seseorang akan berusaha tidak memiliki utang secara berlebihan. Oleh karena itu, seseorang yang mengalami tekanan dan rasa malu akan lebih mengurangi kecenderungan untuk berhutang (Flores & Vieira, 2014; Rahman, Albaity, et al., 2020; Selvaraja & Abdullah, 2020). Hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (2020) bahwa hal yang dipandang baik atau tidak baik oleh orang lain (norma subyektif) dapat mempengaruhi niat berperilaku seseorang. Ketika masyarakat hutang yang terlalu banyak mencerminkan suatu perilaku yang tidak bertanggungjawab maka seseorang akan berupaya untuk tidak melakukan hal tersebut.

Hasil pengujian atas hipotesis keempat menunjukkan bahwa materialisme berpengaruh positif signifikan pada kecenderungan berhutang, atau hipotesis keempat diterima. Sifat materialisme berkaitan dengan pencarian status dan

kebiasaan belanja (Azma et al., 2019). Saat meterialisme tinggi, seseorang seringkali kehilangan kontrol diri dalam membelanjakan uang (Matos et al., 2019). Dampaknya adalah pengeluaran orang tersebut lebih besar daripada pendapatan. Cara cepat dalam mendapatkan sesuatu yang benilai tinggi adalah dengan berhutang. Hasil penelitian sesuai dengan Azma et al. (2019) dan Flores & Vieira (2014) yang membuktikan bahwa materialisme berdampak buruk terhadap kecenderungan berhutang. Data deskriptif Tabel 2 memperlihatkan bahwa tingkat materialisme responden dalam penelitian ini adalah relatif rendah (2,49). Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, semakin rendah tingkat materialisme responden maka kecenderungan berhutang semakin rendah pula.

Tabel 6 juga memperlihatkan bahwa nilai uang berdampak tidak signifikan terhadap kecenderungan berhutang. Hal ini berarti pandangan bahwa uang merupakan sesuatu yang penting dalam hidup, simbol kesuksesan, dan sumber kekuasaan tidak menyebabkan seseorang banyak berhutang Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Azimi Doosti & Karampour (2017) yang membuktikan bahwa nilai uang berpengaruh positif terhadap kecenderungan berhutang. Temuan ini bisa menyiratkan bahwa pengaruh nilai uang terhadap kecenderungan berhutang bersifat tidak langsung, namun melalui variabel lain yang salah satunya adalah materialisme (Flores & Vieira, 2014).

Selanjutnya, penelitian ini mengkaji peran materialisme dalam mediasi pengaruh

nilai uang pada kecenderungan berhutang. Hasil pengujian membuktikan bahwa materialisme memediasi secara penuh pengaruh nilai uang pada kecenderungan berhutang. Nilai uang yang merupakan simbol kesuksesan dan sumber kebahagiaan dapat mendorong seseorang untuk lebih menyukai barang mewah dan suka berbelanja yang merupakan karakteristik dari materialisme (Harnish et al., 2018). Temuan ini membuktikan bahwa semakin tinggi pandangan seseorang terhadap uang maka semakin besar sifat materialisme, dan selanjutnya semakin tinggi kecenderungannya untuk berhutang (Flores & Vieira, 2014; Matos et al., 2019). Temuan ini menegaskan pentingnya peran materialisme dalam mendorong kecenderungan berhutang, sebagaimana terlihat dari nilai kontribusinya (f^2) dan paling besar dan kemampuannya dalam memediasi nilai uang.

Secara keseluruhan variabel eksogen yang terdiri dari pengalaman keuangan, emosi, nilai uang, materialisme mampu menjelaskan 36,9 persen variasi dari variabel endogen kecenderungan berhutang, sementara sisanya 63,1 persen dijelaskan oleh variabel lain. Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen (2020) ada tiga faktor yang mempengaruhi niat untuk cenderung berhutang yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku. Penelitian ini baru mencakup dua aspek dari TPB, yaitu norma subyektif yang diwakili emosi (rasa malu kepada orang lain ketika berhutang), sehingga belum mengkaji aspek sikap terhadap perilaku dan kontrol perilaku.

KESIMPULAN

Hasil penelitian membuktikan bahwa materialisme berpengaruh positif signifikan terhadap kecenderungan berhutang dan emosi berpengaruh negatif signifikan terhadap kecenderungan berhutang. Namun variabel pengalaman keuangan dan nilai uang tidak berpengaruh signifikan terhadap

kecenderungan berhutang. Selanjutnya, hasil pengujian model mediasi membuktikan bahwa variabel materialisme secara signifikan mediasi pengaruh nilai uang terhadap kecenderungan berhutang.

Keterbatasan utama penelitian ini terletak pada model kecenderungan berhutang tergolong lemah, dilihat dari R^2 sebesar $0,369 < 0,50$. Selain itu, penelitian ini mengukur pengalaman keuangan dengan cakupan luas, yaitu simpanan bank, pinjaman, investasi, dan dana pensiun, yang kemungkinan kurang tepat jika dikaitkan dengan kecenderungan berhutang.

SARAN

Saran Praktis

Hasil penelitian ini menyarankan masyarakat untuk mengendalikan sifat materialisme agar tidak terjerumus dalam hutang berlebihan yang dapat dampak buruk bagi kesehatan keuangan dan mental mereka. Masyarakat juga perlu menyadari bahwa hutang dapat membuat seseorang merasa malu dan tertekan sehingga perlu dikendalikan.

Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya diharapkan meneliti faktor lain dari *Theory of Planned Behavior*, yaitu sikap terhadap utang dan kontrol perilaku sebagai penentu kecenderungan berhutang. Penelitian berikutnya juga perlu lebih memfokuskan pada pengalaman keuangan dalam berhutang, baik pinjaman tradisional maupun online agar lebih sejalan dengan kecenderungan berhutang.

DAFTAR PUSTAKA

Abrantes-Braga, F. D. M. & Veludo-de-Oliveira, T. (2020). Help me, I can't afford it! Antecedents and consequence of risky indebtedness behaviour. *European Journal of Marketing*, 54(9), 2223-2244. doi: 10.1108/EJM-06-2019-0455

- Achtziger, A. (2022). Overspending, debt, and poverty. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101342. doi: 10.1016/j.copsyc.2022.101342
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324. doi: 10.1002/hbe2.195
- Azimi Doosti, B. & Karampour, A. (2017). The impact of behavioral factors on Propensity toward indebtedness Case Study: Indebted customers of Maskan Bank, Tehran province (Geographic regions: East). *Journal of Advances in Computer Engineering and Technology*, 3(3), 145-152.
- Azma, N., Rahman, M., Adeyemi, A. A., & Rahman, M. K. (2019). Propensity toward indebtedness: evidence from Malaysia. *Review of Behavioral Finance*, 11(2), 188-200. doi: 10.1108/RBF-05-2017-0046
- Badan Pusat Statistik (2022). Pengeluaran untuk konsumsi penduduk Indonesia: Berdasarkan hasil susesnas Maret 2022: Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352. doi: 10.5964/ejop.v16i3.3107
- Brilianti, T. R. & Lutfi, L. (2020). Pengaruh pendapatan, pengalaman keuangan dan pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan keluarga di kota Madiun. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 197-213. doi: 10.14414/jbb.v9i2.1762
- Brown, J. & Woodruffe-Burton, H. (2015). Exploring emotions and irrationality in attitudes towards consumer indebtedness: Individual perspectives of UK payday loan consumption. *Journal of financial services marketing*, 20, 107-121. doi: 10.1057/fsm.2015.9
- Coste, T., Henchoz, C., & Wernli, B. (2020). Debt and subjective well-being: Does the type of debt matter? *Swiss Journal of Sociology*, 46(3), 445-465. doi: 10.2478/sjs-2020-0022
- Deckard, F. M., Goosby, B. J., & Cheadle, J. E. (2022). Debt stress, college stress: Implications for Black and Latinx students' mental health. *Race and Social Problems*, 14(3), 238-253. doi: 10.1007/s12552-021-09346-z
- Fan, L. & Henager, R. (2022). A structural determinants framework for financial well-being. *Journal of family and economic Issues*, 43(2), 415-428. doi: 10.1007/s10834-021-09798-w
- Ferreira, M. B., de Almeida, F., Soro, J. C., Herter, M. M., Pinto, D. C., & Silva, C. S. (2021). On the relation between over-indebtedness and well-being: an analysis of the mechanisms influencing health, sleep, life satisfaction, and emotional well-being. *Frontiers in psychology*, 12, 591875. doi: 10.3389/fpsyg.2021.591875
- Flores, S. A. M. & Vieira, K. M. (2014). Propensity toward indebtedness: An analysis using behavioral factors. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 3, 1-10. doi: 10.1016/j.jbef.2014.05.001
- Gao, J., Hu, H., & He, H. (2022). Household indebtedness and depressive symptoms among older adults in China: The moderating role of social network and anticipated support. *Journal of Affective Disorders*, 298, 173-181. doi: 10.1016/j.jad.2021.10.133
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*: Sage publications.
- Harnish, R. J., Bridges, K. R., Natarajan, R., Gump, J. T., & Carson, A. E. (2018). The impact of money attitudes and global life satisfaction on the maladaptive pursuit of consumption. *Psychology & Marketing*, 35(3), 189-196. doi: 10.1002/mar.21079
- Herispon, H. (2019). An empirical analysis of household debt behavior determinants. *Economics and Finance in Indonesia*, 65(2), 132-148. doi: 10.47291/efi.v65i2.627
- Hsu, C.-L., Chang, C.-Y., & Yansritakul, C. (2017). Exploring purchase intention of green skincare products using the theory

- of planned behavior: Testing the moderating effects of country of origin and price sensitivity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 145-152. doi: 10.1016/j.jretconser.2016.10.006
- Husna, N. A. i. & Lutfi, L. (2022). Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga: Peran Moderasi Pendapatan. *Jurnal Samudra Ekonomi & Bisnis*, 13(1), 15-27. doi: 10.33059/jseb.v13i1.3349
- International Monetary Fund (2020). Household debt, loans and debt securities per GDP. Retrieved September 19, 2023, from https://www.imf.org/external/datamapper/HH_LS@GDD/THA/IDN/MYS/MR/SGP
- Iramani, R. & Lutfi, L. (2021). An integrated model of financial well-being: The role of financial behavior. *Accounting*, 7(3), 691-700. doi: 10.5267/j.ac.2020.12.007
- Lim, H.-R. & An, S. (2021). Intention to purchase wellbeing food among Korean consumers: An application of the Theory of Planned Behavior. *Food Quality and Preference*, 88, 104101. doi: 10.1016/j.foodqual.2020.104101
- Luo, S., Sun, Y., & Zhou, R. (2022). Can fintech innovation promote household consumption? Evidence from China family panel studies. *International Review of Financial Analysis*, 82, 102137. doi: 10.1016/j.irfa.2022.102137
- Lusardi, A. & Tufano, P. (2015). Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *Journal of Pension Economics & Finance*, 14(4), 332-368. doi: 10.1017/S1474747215000232
- Manafe, J. D. (2022). Pengaruh materialisme, spiritualitas dan perilaku berhemat terhadap kelebihan berhutang: Studi pada aparatur Sipil Negara di Kota Kupang. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 292-297. doi: 10.34308/eqien.v10i1.538
- Matos, C. A. d., Vieira, V., Bonfanti, K., & Mette, F. M. B. (2019). Antecedents of indebtedness for low-income consumers: the mediating role of materialism. *Journal of Consumer Marketing*, 36(1), 92-101. doi: 10.1108/JCM-09-2017-2352
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), 1-20.
- Mitta, D. & Pamungkas, A. S. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Materialism, Risk Perception, dan Money Value terhadap Propensity to Indebtedness. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 339-347. doi: 10.24912/jmk.v4i2.18229
- Mittal, S. K. (2022). Behavior biases and investment decision: theoretical and research framework. *Qualitative Research in Financial Markets*, 14(2), 213-228. doi: 10.1108/QRFM-09-2017-0085
- Mustika, M., Hasanah, N., & Irfany, M. I. (2023). Factors affecting household debt to moneylenders. *Annals of Human Resource Management Research*, 3(1), 1-16. doi: 10.35912/ahrmr.v3i1.1578
- Ong, Z., Lau, J., & Zainudin, N. (2021). Money attitude, materialism and compulsive buying among Malaysian young adults. *Management Science Letters*, 11(1), 281-290. doi: 10.5267/j.msl.2020.8.005
- Owusu, G. M. Y., Ossei Kwakye, T., & Duah, H. (2023). The propensity towards indebtedness and savings behaviour of undergraduate students: the moderating role of financial literacy. *Journal of Applied Research in Higher Education, ahead-of-print*. doi: 10.1108/JARHE-11-2022-0340
- Purwianti, W. & Tubastuvi, N. (2019). The effect of financial literacy and financial experience on SME financial behavior in Indonesia. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 10(1), 40-45. doi: 10.15294/jdm.v10i1.16937
- Rahman, M., Albaity, M., & Isa, C. R. (2020). Behavioural propensities and financial risk tolerance: the moderating effect of ethnicity. *International Journal of Emerging Markets*, 15(4), 728-745. doi: 10.1108/IJOEM-01-2018-0024
- Rahman, M., Lim, N. A. A., Masud, M., Kaium, A., & Ismail, Y. (2020). Determinants of indebtedness: Influence of behavioral and demographic factors. *International*

- Journal of Financial Studies*, 8(1), 1-13. doi: 10.3390/ijfs8010008
- Sanny, L., Chandra, G. R., Chelles, K., & Santoso, L. A. (2023). The Impulse Buying of Gen Z When Using E-Wallet In Indonesia. *Journal of Applied Engineering and Technological Science (JAETS)*, 5(1), 88-100. doi: 10.37385/jaets.v5i1.2600
- Selvaraja, M. & Abdullah, A. (2020). Psychological Factors' Influence on Consumers' Propensity to Indebtedness Applying the Behavioural Economic Theory. *Journal of Business and Economics*, 11(2), 165-172.
- Shen, S., Sam, A. G., & Jones, E. (2014). Credit card indebtedness and psychological well-being over time: empirical evidence from a household survey. *Journal of consumer affairs*, 48(3), 431-456. doi: 10.1111/joca.12047
- Shih, H.-M., Chen, B. H., Chen, M.-H., Wang, C.-H., & Wang, L.-F. (2022). A Study of the Financial Behavior Based on the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 14(2), 1-12. doi: 10.5539/ijms.v14n2p1
- Shih, T.-Y. & Ke, S.-C. (2014). Determinates of financial behavior: insights into consumer money attitudes and financial literacy. *Service Business*, 8(2), 217-238. doi: 10.1007/s11628-013-0194-x
- Sinha, N. K., Kumar, P., & Priyadarshi, P. (2021). Relating mindfulness to financial well-being through materialism: evidence from India. *International Journal of Bank Marketing*, 39(5), 834-855. doi: 10.1108/IJBM-07-2020-0375
- Steven, S. & Linawati, N. (2023). Determinan debt behavior pengguna platform peer-to-peer lending. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 6(1), 1-7.
- Vieira, K. M., Rosenblum, T. O. A., Matheis, T. K., Klein, L. L., & Bressan, A. A. (2023). Perception of Financial Well-Being of the Elderly and the Role of Propensity to Indebtedness and Financial Preparation for Retirement. *Perception*, 13(2), 31-42.
- Wahono, H. K. & Pertiwi, D. (2020). Pengaruh financial literacy, materialism, compulsive buying terhadap propensity to indebtedness. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 1(1), 1-14. doi: 10.9744/ijfis.1.1.1-14
- Xiao, J. J. & Kim, K. T. (2022). The able worry more? Debt delinquency, financial capability, and financial stress. *Journal of family and economic Issues*, 43(1), 138-152. doi: 10.1007/s10834-021-09767-3
- Yuriev, A., Dahmen, M., Paillé, P., Boiral, O., & Guillaumie, L. (2020). Pro-environmental behaviors through the lens of the theory of planned behavior: A scoping review. *Resources, Conservation and Recycling*, 155, 104660. doi: /10.1016/j.resconrec.2019.104660