

Pengaruh Literasi Finansial dan Manajemen Diri Terhadap Pembelian Impulsive: Studi Pada Mahasiswa di Surabaya

Muhammad Syifaul Muntafi

Fakultas Psikologi dan Kesehatan, UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia
Email: muhammad.syifaul.muntafi@uinsa.ac.id

Article Info

Article history:

Received Agustus 09, 2025

Revised Agustus 11, 2025

Accepted Agustus 21, 2025

Keywords:

Literasi Finansial
Pembelian Impulsif
Manajemen Diri
Mahasiswa

Keywords:

*Financial Literacy
Impulsive Buying
Self-Management
Student*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi finansial dan manajemen diri terhadap perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa di Surabaya. Permasalahan berawal dari maraknya perilaku konsumtif mahasiswa yang dipengaruhi oleh kemudahan akses informasi dan transaksi digital, sehingga memicu pembelian impulsif. Penelitian ini mengajukan tiga pertanyaan utama: (1) apakah literasi finansial berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, (2) apakah manajemen diri berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, dan (3) apakah keduanya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa sebagai responden. Analisis data dilakukan dengan uji regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi finansial dan manajemen diri, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Temuan ini menegaskan pentingnya program literasi keuangan dan pelatihan manajemen diri yang terarah untuk membantu mahasiswa mengelola keuangan pribadi dan mengendalikan perilaku konsumtif.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy and self-management on impulsive buying behavior among university students in Surabaya. The problem stems from the increasing consumerist behavior of students, influenced by the ease of access to information and digital transactions, which triggers impulsive purchases. This research raises three main questions: (1) whether financial literacy has a significant effect on impulsive buying, (2) whether self-management has a significant effect on impulsive buying, and (3) whether both variables simultaneously have a significant effect on impulsive buying. The study employed a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to students as respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression to test the effect of the independent variables on the dependent variable. The results indicate that financial literacy and self-management, both partially and simultaneously, have a significant effect on impulsive buying behavior. These findings highlight the importance of targeted financial literacy programs and self-management training to help students manage personal finances and control consumerist behavior.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



1. PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif telah menjadi perhatian utama dalam bidang psikologi ekonomi dan perilaku konsumen, terutama dalam konteks meningkatnya tren pembelian impulsif, yang didefinisikan sebagai tindakan membeli sesuatu secara spontan, tanpa perencanaan sebelumnya, dan sering kali didorong oleh dorongan emosional sesaat daripada pertimbangan rasional. (impulsive buying) di kalangan mahasiswa [1]. Di era digital saat ini, mahasiswa tidak hanya menjadi objek dari strategi pemasaran, tetapi juga memiliki akses tanpa batas terhadap platform belanja daring yang memfasilitasi pembelian tanpa perencanaan. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada kondisi keuangan mahasiswa, tetapi juga mencerminkan dinamika psikologis yang kompleks, termasuk pengambilan keputusan yang tidak rasional, dorongan emosional, dan lemahnya kontrol diri [2]. Sebagai kelompok usia yang sedang berada dalam masa transisi dari remaja menuju dewasa, mahasiswa memiliki kerentanan khusus terhadap perilaku impulsif, terutama ketika mereka belum memiliki keterampilan finansial yang memadai untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran mereka secara bijak [3].

Dalam konteks ini, literasi finansial menjadi salah satu variabel penting yang perlu mendapat perhatian. Literasi finansial tidak hanya mencakup pengetahuan mengenai konsep dasar keuangan seperti tabungan, investasi, dan utang, tetapi juga kemampuan individu dalam memahami risiko, membuat keputusan keuangan yang tepat, serta mengelola sumber daya ekonomi secara efisien [4]. Berdasarkan teori perilaku keuangan, individu dengan tingkat literasi finansial tinggi cenderung membuat keputusan keuangan yang lebih rasional dan terencana, sehingga dengan demikian lebih mampu menghindari perilaku impulsif [5]). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa rendahnya tingkat literasi finansial di kalangan mahasiswa berkorelasi positif dengan tingginya frekuensi pembelian impulsif [1], [6], [7]. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan keterampilan finansial menjadi penting agar individu memiliki kondisi ekonomi yang baik.

Selain literasi finansial, terdapat faktor kemampuan manajemen diri (self-management) yang juga dapat berperan dalam mengendalikan perilaku impulsif. Manajemen diri adalah kapasitas individu untuk mengatur pikiran, emosi, dan tindakan dalam rangka mencapai tujuan jangka panjang, yang mencakup kemampuan dalam pengaturan waktu, perencanaan, kontrol diri, serta disiplin pribadi [8]. Dalam kerangka teori regulasi diri (self-regulation theory), individu yang memiliki manajemen diri yang baik mampu menahan dorongan sesaat demi tujuan jangka panjang, termasuk dalam konteks keputusan pembelian [9]. Penelitian-penelitian terbaru menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kemampuan manajemen diri yang tinggi cenderung memiliki kontrol yang lebih baik terhadap perilaku konsumtif, dan lebih jarang melakukan pembelian impulsif dibandingkan mereka yang memiliki manajemen diri rendah [10], [11].

Kedua variabel tersebut, yaitu literasi finansial dan manajemen diri, sangat mungkin untuk mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Individu yang paham tentang pengelolaan keuangan tetapi tidak mampu mengatur diri dalam menghadapi godaan promosi atau tekanan sosial mungkin tetap rentan terhadap pembelian impulsif. Sebaliknya, mahasiswa dengan kontrol diri yang baik namun minim wawasan finansial juga belum tentu membuat keputusan ekonomi yang optimal. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai interaksi antara kedua faktor ini dalam konteks perilaku konsumtif. Penelitian

sebelumnya telah mengkaji hubungan antara literasi finansial dengan pembelian impulsif (Anisa et al. 2020; Jabar and Delayco 2021; Ningtyas and Vania 2022), dan antara manajemen diri dengan perilaku konsumsi [12], namun belum banyak yang secara bersamaan menguji ketiga variabel ini dalam satu model penelitian, khususnya di kalangan mahasiswa Indonesia dengan pendekatan kuantitatif.

Dalam literatur terdahulu terdapat kesenjangan gap penelitian terlihat dari keterbatasan studi yang secara simultan menguji peran literasi finansial dan manajemen diri terhadap perilaku pembelian impulsif. Penelitian terdahulu lebih banyak fokus pada salah satu aspek, seperti literasi keuangan atau kontrol diri saja, tanpa mempertimbangkan interaksi dan kontribusi masing-masing dalam konteks perilaku konsumsi mahasiswa. Padahal, pendekatan integratif terhadap dua variabel ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Selain itu, masih sedikit penelitian yang mengangkat konteks budaya dan sosial mahasiswa di Indonesia sebagai bagian dari populasi yang rentan terhadap perubahan gaya hidup konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan literatur tersebut dengan menguji hubungan antara literasi finansial, manajemen diri, dan impulsive buying behavior secara empiris.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pertanyaan penelitian yang ingin dijawab dalam studi ini adalah: (1) Apakah literasi finansial berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif di kalangan mahasiswa di Surabaya? (2) Apakah manajemen diri berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif di kalangan mahasiswa di Surabaya? dan (3) Apakah literasi finansial dan manajemen diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa di Surabaya? Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kedua variabel bebas tersebut terhadap impulsive buying, serta memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam upaya mengembangkan intervensi yang lebih efektif untuk mencegah perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pihak kampus, konselor, maupun lembaga keuangan untuk merancang program literasi keuangan dan pelatihan manajemen diri yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa masa kini.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya penting dari sisi akademik, tetapi juga memiliki implikasi praktis dalam konteks pendidikan tinggi. Mahasiswa sebagai agen perubahan di masa depan harus dibekali dengan kemampuan untuk mengelola keuangan secara bijak dan mengendalikan diri dalam menghadapi godaan konsumsi yang semakin kompleks. Terlebih lagi, perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat berdampak panjang terhadap stabilitas finansial, kesehatan mental, dan pencapaian akademik mereka. Oleh karena itu, melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas kehidupan mahasiswa melalui pendekatan psikologi yang berbasis bukti dan relevan dengan konteks zaman.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif korelasional dengan menggunakan. Penelitian difokuskan pada mahasiswa di Surabaya dengan variabel independen

berupa literasi finansial dan manajemen diri, serta variabel dependen berupa perilaku pembelian impulsif.

Penentuan jumlah partisipan dalam penelitian ini dilakukan menggunakan perhitungan a priori power analysis melalui perangkat lunak GPower versi terbaru. Analisis ini bertujuan untuk memastikan bahwa ukuran sampel yang digunakan memiliki kekuatan statistik (statistical power) yang memadai untuk mendeteksi pengaruh yang signifikan. Dalam penelitian ini, ditetapkan parameter sebagai berikut: tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05, kekuatan uji (power) sebesar 0,80, dan effect size sebesar 0,15 (kategori sedang) sesuai dengan panduan dari Cohen (1988). Model analisis yang digunakan adalah F test dengan pendekatan linear multiple regression: fixed model, R^2 deviation from zero, karena penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel prediktor dalam memprediksi variabel terikat. Berdasarkan parameter tersebut, hasil perhitungan melalui GPower menunjukkan bahwa jumlah minimum partisipan yang dibutuhkan untuk memperoleh hasil yang dapat digeneralisasikan secara statistik adalah sebanyak 77 partisipan. Namun demikian, untuk meningkatkan reliabilitas hasil serta mengantisipasi kemungkinan data tidak lengkap atau dropout, jumlah partisipan yang direkrut dalam penelitian ini ditingkatkan menjadi 385 partisipan. Selain itu juga berdasarkan pertimbangan praktis bahwa sampel juga mudah didapatkan

Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih perguruan tinggi di Surabaya sebagai lokasi penelitian, dengan pertimbangan bahwa populasi ini memiliki aktivitas konsumsi daring yang tinggi. Selanjutnya, teknik convenience sampling digunakan untuk merekrut partisipan berdasarkan ketersediaan dan kesediaan mereka secara sukarela. Sebanyak 400 kuesioner dibagikan secara online kepada mahasiswa dari berbagai jurusan dan jenjang studi di salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya. Setelah diseleksi, terdapat 392 kuesioner yang layak dianalisis. Partisipan terdiri dari 217 mahasiswa laki-laki (55,4%) dan 175 mahasiswa perempuan (44,6%), dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun ($M = 20,8$; $SD = 1,9$).

Pengambilan data dilakukan menggunakan Skala Psikologi. Literasi finansial diukur menggunakan Subskala Perilaku Finansial dan Sikap Finansial dari Financial Literacy Scale yang diadaptasi dari Potrich, Vieira, and Mendes-Da-Silva (2016). Kedua subskala ini terdiri dari 29 item yang mengukur pemahaman. Skala disajikan dalam format *Likert 5* poin, dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Contoh item untuk subskala perilaku finansial “Saya menabung setiap bulannya”, sedangkan contoh item untuk subskala sikap finansial adalah “Menurut saya, penting untuk mengatur pengeluaran bulanan”. Dalam penelitian ini, nilai reliabilitas (Cronbach’s alpha) adalah 0,82.

Manajemen diri diukur dengan menggunakan Subskala *Performance Management* dari *Self-Management Scale* yang diadaptasi dari [14] yang terdiri dari 11 item pernyataan dalam format *Likert 5* poin. Contoh item: “Saya selalu menyelesaikan tugas tepat waktu” dan “Saya menetapkan tujuan jangka panjang”. Cronbach’s alpha untuk skala ini dalam penelitian ini adalah 0,79.

Perilaku pembelian impulsif diukur menggunakan *Impulsive Buying Tendency Scale* dari [15] yang terdiri dari 9 item. Skala ini mengukur kecenderungan individu melakukan pembelian secara spontan dan emosional. Item dijawab dalam skala *Likert 5* poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Contoh item: “Saya sering membeli sesuatu tanpa memikirkannya

terlebih dahulu.” Skala ini memiliki reliabilitas (Cronbach’s alpha) sebesar 0,76 dalam penelitian ini.

Semua instrumen tersebut telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia melalui prosedur *forward-backward translation* dan telah diuji coba terlebih dahulu pada 30 mahasiswa untuk memastikan kejelasan bahasa dan validitas isi.

Pengumpulan data dilakukan selama bulan Mei hingga Juni 2023. Partisipan dihubungi secara langsung di saat perkuliahan dan melalui grup *whatsapp* serta diberikan penjelasan mengenai tujuan dan kerahasiaan data penelitian. Pengisian kuesioner dilakukan secara langsung online melalui platfor Google Form.

Data dianalisis menggunakan SPSS versi 26. Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan karakteristik demografis partisipan. Uji asumsi normalitas dan multikolinearitas dilakukan terlebih dahulu. Untuk menguji hipotesis, digunakan regresi linear berganda untuk melihat kontribusi simultan dan parsial dari literasi finansial dan manajemen diri terhadap pembelian impulsif. Tingkat signifikansi ditetapkan pada $p < 0,05$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Penelitian ini melibatkan 392 mahasiswa dari beberapa perguruan tinggi di Surabaya. Partisipan terdiri dari 217 mahasiswa laki-laki (55,4%) dan 175 mahasiswa perempuan (44,6%). Usia partisipan berkisar antara 18 hingga 25 tahun, dengan rerata usia sebesar 20,8 tahun ($SD = 1,9$). Sebagian besar partisipan berasal dari program studi non-ekonomi (61%), dan sisanya dari program studi yang berkaitan dengan ekonomi dan bisnis (39%). Mayoritas partisipan menyatakan memiliki pengeluaran pribadi rata-rata Rp500.000 – Rp1.000.000 per bulan.

Tabel berikut menyajikan nilai minimum, maksimum, rerata, simpangan baku, serta korelasi antar variabel utama penelitian, yaitu literasi finansial, manajemen diri, dan pembelian impulsif:

Tabel 1. Hasil Korelasi Pearson

Variabel	Min	Maks	Mean	SD	1	2	3
1. Literasi Finansial	45	110	78.25	12.67	–		
2. Manajemen Diri	32	98	71.80	11.54	.42**	–	
3. Pembelian Impulsif	13	45	28.93	6.27	–.38**	–.46**	–

Keterangan:

Min = skor minimum, Maks = skor maksimum, SD = simpangan baku.

Korelasi signifikan pada: $p < 0,01$ (**).

Literasi finansial berkorelasi negatif signifikan dengan pembelian impulsif ($r = -0,38$, $p < 0,01$), yang menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi finansial, semakin rendah kecenderungan membeli secara impulsif. Manajemen diri juga berkorelasi negatif lebih kuat dengan pembelian impulsif ($r = -0,46$, $p < 0,01$), menunjukkan bahwa individu dengan kemampuan manajemen diri yang baik cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan untuk belanja secara impulsif. Terdapat korelasi positif antara literasi finansial dan manajemen diri (r

= 0,42, $p < 0,01$), yang berarti mahasiswa yang memiliki literasi finansial lebih tinggi cenderung juga memiliki manajemen diri yang lebih baik.

Untuk mengetahui sejauh mana literasi finansial dan manajemen diri secara bersama-sama dan parsial mempengaruhi pembelian impulsif, dilakukan analisis regresi linear berganda.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel Prediktor	B	SE B	β	t	Sig.
(Konstanta)	42.73	2.36	–	18.10	.000
Literasi Finansial	–0.14	0.04	–0.23	–3.50	.001
Manajemen Diri	–0.21	0.05	–0.30	–4.20	.000

Sementara itu hasil uji simultan menunjukkan $R^2 = 0.30$, Adjusted $R^2 = 0.29$, $F(2, 389) = 83.14$, $p < 0.001$. Model regresi menunjukkan bahwa literasi finansial dan manajemen diri secara bersama-sama memberikan kontribusi signifikan terhadap pembelian impulsif ($F = 83.14$, $p < 0.001$), dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.30. Artinya, 30% variasi dalam perilaku pembelian impulsif dapat dijelaskan oleh kedua variabel prediktor tersebut.

Secara parsial, literasi finansial memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pembelian impulsif ($\beta = -0.23$, $p = 0.001$), demikian pula manajemen diri ($\beta = -0.30$, $p = 0.000$), yang menunjukkan bahwa semakin tinggi skor pada masing-masing variabel tersebut, maka kecenderungan membeli secara impulsif semakin rendah.

3.2. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi finansial memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi finansial seseorang, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan. Mahasiswa dengan pemahaman finansial yang baik cenderung lebih rasional dalam mengelola uang, memiliki pengetahuan mengenai konsep nilai uang, serta mampu mengevaluasi konsekuensi dari keputusan keuangan mereka. Temuan ini mendukung penelitian-penelitian sebelumnya [1], [16] yang menekankan pentingnya pengetahuan finansial dalam membentuk perilaku ekonomi yang sehat.

Selain itu, manajemen diri juga ditemukan memiliki hubungan negatif yang lebih kuat terhadap pembelian impulsif dibandingkan literasi finansial. Ini menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan diri, mengelola waktu, serta menetapkan tujuan hidup berperan penting dalam menghambat perilaku konsumtif yang tidak terkontrol. Mahasiswa yang memiliki manajemen diri yang baik lebih mampu menunda kepuasan, menghindari godaan belanja, serta membuat keputusan berdasarkan logika daripada dorongan emosional. Hal ini sejalan dengan temuan [15] serta [9] yang menyebutkan bahwa kontrol diri merupakan aspek kunci dalam menghindari perilaku impulsif, termasuk dalam konteks konsumsi.

Kombinasi antara literasi finansial dan manajemen diri dalam model regresi memberikan kontribusi sebesar 30% terhadap variasi pembelian impulsif, yang berarti bahwa terdapat

faktor-faktor lain di luar dua variabel ini yang juga berpengaruh, seperti faktor emosional, tekanan sosial, akses terhadap teknologi digital, serta budaya konsumsi di kalangan mahasiswa. Dalam konteks kehidupan mahasiswa, tekanan dari lingkungan sosial atau tren gaya hidup modern dapat mendorong perilaku belanja yang spontan, terlepas dari tingkat pemahaman finansial dan pengendalian diri yang mereka miliki. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan pendekatan multidimensional dalam memahami dan menangani perilaku pembelian impulsif.

Temuan ini memberikan masukan berharga bagi pengembangan program pendidikan keuangan di perguruan tinggi. Pendidikan literasi finansial tidak cukup hanya mengajarkan konsep-konsep ekonomi dasar, tetapi juga perlu diintegrasikan dengan penguatan keterampilan psikologis seperti pengambilan keputusan, manajemen stres, dan pengendalian impuls. Pelatihan berbasis simulasi keuangan, pengelolaan anggaran pribadi, serta diskusi tentang tekanan konsumtif di media sosial dapat menjadi strategi efektif dalam menumbuhkan kesadaran mahasiswa terhadap perilaku belanja mereka.

Dari sisi implikasi praktis, hasil ini juga penting bagi lembaga pendidikan, lembaga keuangan, dan pemerintah dalam merancang kebijakan atau intervensi yang relevan. Misalnya, universitas dapat menyisipkan modul literasi finansial dan kontrol diri dalam kegiatan orientasi mahasiswa baru atau program pembinaan karakter. Lembaga keuangan dapat menasar segmen mahasiswa dengan produk dan edukasi keuangan yang sesuai kebutuhan. Sementara itu, peran pemerintah dalam mendorong kampanye konsumsi bijak di kalangan anak muda melalui media sosial dan platform digital juga menjadi relevan dalam menanggapi fenomena ini.

Penelitian ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel mediasi atau moderasi, seperti tekanan sosial, kepribadian, intensitas penggunaan media sosial, atau pengalaman keuangan masa lalu. Selain itu, studi kualitatif dapat menggali lebih dalam narasi dan motivasi di balik perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa. Dengan pemahaman yang lebih komprehensif, diharapkan dapat dirumuskan strategi intervensi yang lebih kontekstual dan berdampak langsung pada perilaku keuangan generasi muda.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi finansial dan manajemen diri memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku pembelian impulsif mahasiswa di Surabaya. Secara parsial, kedua variabel tersebut menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian impulsif, dan secara simultan keduanya memberikan kontribusi yang berarti dalam menjelaskan perilaku tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan literasi finansial serta penguatan keterampilan manajemen diri dapat menjadi strategi efektif untuk mengurangi perilaku konsumtif yang kurang terkontrol. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pihak kampus, konselor, maupun lembaga keuangan dalam merancang program edukasi keuangan dan pelatihan manajemen diri yang lebih terarah, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

REFERENSI

- [1] M. N. Ningtyas and A. Vania, "Materialism, Financial Literacy, and Online Impulsive Buying: A Study on the Post Millennial Generation in a Pandemic Period," *JMTT*, vol. 15, no. 1, pp. 1–12, Apr. 2022, doi: 10.20473/jmtt.v15i1.33774.
- [2] Y. Y. Lee, C. L. Gan, and T. W. Liew, "Rationality and impulse buying: Is your emotion a part of the equation?," *Computers in Human Behavior Reports*, vol. 12, p. 100337, Dec. 2023, doi: 10.1016/j.chbr.2023.100337.
- [3] J. Huang, "Reasons For Impulsive Buying Behavior Among Adolescents in The Digital Age," *HBEM*, vol. 31, pp. 45–48, May 2024, doi: 10.54097/aa169427.
- [4] OECD, "G20/OECD INFE Report on Adult Financial Literacy in G20 Countries," OECD Publishing, Hamburg, 2017.
- [5] L. A. Vitt, "Consumers' Financial Decisions and the Psychology of Values," *Journal of Financial Service Professionals*, vol. 58, no. 6, pp. 68–78, 2004.
- [6] A. H. Mukti, I. Sastrodiharjo, and O. I. B. Hariyanto, "Financial Literacy, Financial Management, Social Legitimacy and Being FOMO on Impulsive Buying: Evidence on Leisure Activity Coldplay Concert Euphoria on Indonesian Gen Z Generation," *ATESTASI*, vol. 7, no. 1, pp. 639–660, Mar. 2024, doi: 10.57178/atestasi.v7i1.843.
- [7] A. Qomariyah, G. A. Qibtiyah, and F. A. W. Bemby, "Financial Literacy, Impulsive Buying Behavior, and the Z-Gen," vol. 11, no. 2, 2022.
- [8] C. A. Frayne and J. M. Geringer, "Self-management training for improving job performance: A field experiment involving salespeople," *Journal of Applied Psychology*, vol. 85, no. 3, pp. 361–372, 2000, doi: 10.1037/0021-9010.85.3.361.
- [9] R. F. Baumeister and K. D. Vohs, "Self-Regulation, Ego Depletion, and Motivation," *Social & Personality Psych*, vol. 1, no. 1, pp. 115–128, Nov. 2007, doi: 10.1111/j.1751-9004.2007.00001.x.
- [10] A. Asni, N. M. Wangi, and N. Aini, "The effect of self management on consumptive behavior in students," *JKP*, vol. 9, no. 1, p. 17, Feb. 2021, doi: 10.29210/152100.
- [11] J. Pratiwi and Y. S. Juliaty, "Analisis Efek Financial Education Dan Self-Management Terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa (Studi kasus Mahasiswa Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)," *edukasia*, vol. 4, no. 1, pp. 283–292, Mar. 2023, doi: 10.62775/edukasia.v4i1.257.
- [12] J. P. Tangney, R. F. Baumeister, and A. L. Boone, "High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success," *Journal of Personality*, vol. 72, no. 2, pp. 271–324, Apr. 2004, doi: 10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x.
- [13] A. C. G. Potrich, K. M. Vieira, and W. Mendes-Da-Silva, "Development of a financial literacy model for university students," *Management Research Review*, vol. 39, no. 3, pp. 356–376, Mar. 2016, doi: 10.1108/MRR-06-2014-0143.
- [14] G. Xue and X. Sun, "Construction and Validation of Self-Management Scale for Undergraduate Students," *CE*, vol. 02, no. 02, pp. 142–147, 2011, doi: 10.4236/ce.2011.22020.
- [15] D. W. Rook and R. J. Fisher, "Normative Influences on Impulsive Buying Behavior," *J CONSUM RES*, vol. 22, no. 3, p. 305, Dec. 1995, doi: 10.1086/209452.
- [16] N. A. Anisa, S. Arifin, L. Setyowati, N. Hidayah, and A. D. Megasari, "Financial Literacy on Impulsive Buying Behavior in Y Generation," *Quant. Econ. Manag. Stud.*, vol. 1, no. 1, Jun. 2020, doi: 10.35877/454RI.qems1180.