

Pengaruh Kepribadian dan Gaya Hidup terhadap Manajemen Keuangan Pribadi pada Penggemar K-Pop di Jakarta

Alika Mufti Amalia¹; Ani Silvia²; Novita Kusuma Maharani³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

*Corresponding author: alikamufti01@gmail.com

Received: 20 Desember 2024

Revised: 16 Mei 2025

Accepted: 29 Mei 2025

Abstract

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepribadian dan gaya hidup terhadap manajemen keuangan pribadi pada penggemar k-pop di Jakarta.

Metodologi: Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner dengan pengambilan sampel 300 responden yang merupakan penggemar K-Pop aktif dalam penelitian dilakukan dengan pendekatan *sampling non-probability* yakni dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak *SmartPLS*.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi, sementara gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi.

Orisinalitas: Penelitian ini berfokus pada penggemar K-pop yang berada di Jakarta

Kata kunci: Kepribadian, Gaya Hidup, Manajemen Keuangan Pribadi

UBMJ
UPY Business and
Management Journal

Pendahuluan

Korean Wave atau *Hallyu* merupakan fenomena global yang menyebar luas dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk budaya, hiburan, dan gaya hidup. Budaya Korea merasakan kenaikan yang melonjak dan menyebar ke seluruh dunia sejak pertengahan tahun 1990-an, sehingga memunculkan fenomena yaitu yang sering kali disebut sebagai *Korean Wave* atau *Hallyu* (Asrofi, 2020). *Korean Wave* ataupun *Hallyu* ialah ungkapan yang dipakai untuk menjelaskan konsep fenomena populer yang muncul dari Korea Selatan serta telah muncul di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia, akibat dari popularitasnya yang global (Puspita, 2022). *Korean Wave* berawal dari dunia hiburan, meliputi berbagai genre musik, *variety show*, dan *reality show*, serta drama yang secara khusus dirancang untuk menampilkan budaya Korea.

Salah satu bentuk paling populer dari *Korean Wave* adalah K-Pop yang sangat digemari oleh generasi milenial. Salah satu aspek dari *Korean Wave* atau *Hallyu* yang sangat diminati oleh generasi milenial yaitu yang lebih populer dengan nama K-Pop. K-Pop sendiri memiliki ciri khas berupa grup idola yang terdiri dari sekumpulan wanita atau pria, yang lebih sering disebut sebagai *girlband* dan *boyband*. Grup-grup ini bernaung di bawah manajemen atau agensi tertentu yang membentuk dan mengatur mereka. Beberapa grup idola K-Pop yang saat ini sedang populer antara lain *Seventeen*,

Blackpink, Twice, Exo, Stray Kids, Itzy, NCT, TXT, serta BTS (Asrofi, 2021).

Kesuksesan K-Pop tidak lepas dari peran besar para penggemarnya yang sangat loyal dan berdedikasi tinggi dalam mendukung idola mereka. Kesuksesan seorang idol K-Pop sangat bergantung pada dukungan para penggemarnya, karena fans memainkan peran krusial dalam perkembangan dan penyebaran musik K-Pop di seluruh dunia (Andina, 2019). Para penggemar sering kali tidak ragu mengeluarkan banyak uang dan berusaha keras menabung hingga jutaan rupiah demi mendukung idolanya. Mulai dari menghadiri konser, membeli dan menjual merchandise, hingga mengikuti undian untuk kesempatan bertemu langsung dengan sang idola (Safir Makki, 2019). Namun, perilaku ini diperkirakan lambat laun akan mempengaruhi kepribadian serta gaya hidup penggemar (Fahirra & Andjarwati, 2022). Salah satu dampak yang muncul adalah penggemar cenderung mengabaikan hal-hal kecil yang penting untuk masa depan, bahkan terkadang mengesampingkan kebutuhan pokok mereka demi mendukung idolanya.

Bentuk dukungan penggemar K-Pop tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi juga sosial, seperti dalam aksi donasi untuk isu-isu kemanusiaan. Penggemar idola K-Pop dikenal memiliki loyalitas yang tinggi dan mendukung idolanya melalui berbagai cara, salah satunya dengan memberikan donasi atas nama mereka dan idolanya. Salah satu contoh yang sempat ramai diberitakan adalah penggalangan dana yang dilakukan untuk membantu penanganan tragedi Kanjuruhan, sebuah peristiwa yang menarik perhatian dunia. Selain mengungkapkan rasa belasungkawa, penggemar K-Pop di Indonesia juga menunjukkan empati mereka dengan memberikan sumbangan bagi para korban tragedi tersebut. Penggalangan dana ini berhasil mengumpulkan jumlah yang signifikan hanya dalam waktu kurang dari tiga hari (Arifa, 2022).

ARMY dan penggemar K-Pop lainnya menunjukkan kekuatan kolektif mereka dalam aksi nyata seperti donasi massal. Salah satu kelompok penggemar K-Pop yang pertama kali mendapat sorotan besar adalah *ARMY*, sebutan untuk penggemar boyband terkenal *BTS*. *ARMY* menarik perhatian media setelah berhasil mengumpulkan donasi yang jauh melampaui target, yaitu sekitar Rp447 juta hanya dalam waktu kurang dari tiga hari. Di waktu yang sama, penggemar grup idola K-Pop lainnya juga turut berpartisipasi dalam penggalangan dana untuk tragedi Kanjuruhan. *NCTzen* dan *Wayzenni*, yang merupakan penggemar boyband *NCT*, berhasil mengumpulkan donasi sebesar Rp231 juta, sementara *Carat*, penggemar boyband *Seventeen*, mengumpulkan Rp53 juta (Arifa, 2022).

Tidak sedikit penggemar K-Pop yang rela menghabiskan sejumlah besar uang demi mendukung idolanya, baik dalam bentuk hiburan maupun pembelian merchandise. Perusahaan *Agregator E-Commerce Asia Tenggara, iPrice*, telah melakukan sebuah studi yang mengungkap bahwa sejumlah penggemar K-Pop rela menghabiskan rata-rata USD 1.422, atau sekitar Rp21 juta per tahun (dengan nilai tukar Rp15.000), untuk membeli berbagai produk terkait idola mereka. Berdasarkan infografik tersebut, penggemar boyband *BTS* mengeluarkan uang paling banyak, dengan rata-rata mencapai Rp20 juta untuk pembelian tiket konser, merchandise, hingga album. Di urutan kedua, penggemar girlband *Twice* mengeluarkan sekitar Rp11,6 juta, sementara penggemar girlband *Blackpink* menempati posisi ketiga dengan pengeluaran rata-rata sebesar Rp9,3 juta.

Motivasi utama penggemar K-Pop dalam membelanjakan uangnya adalah keterikatan emosional dan solidaritas komunitas. Ada beberapa alasan mengapa para penggemar bersedia mengeluarkan banyak uang untuk membeli berbagai hal terkait idola mereka. Sebagian besar penggemar K-Pop mengikuti perkembangan karir idola mereka dengan sangat dekat, sehingga muncul perasaan keterlibatan dan tanggung jawab untuk mendukung kesuksesan idola tersebut. Selain itu, para penggemar sering bekerja sama dalam komunitas mereka untuk berkontribusi dalam memajukan karir sang idola (Devita, 2020).

Namun demikian, tidak semua penggemar K-Pop bersikap konsumtif; sebagian besar lebih memilih menikmati konten secara gratis atau dalam batas pengeluaran yang rendah. Observasi yang dilaksanakan oleh Katadata Insight Center (KIC) dengan Zigi.id menunjukkan bahwa banyak penggemar hiburan Korea Selatan lebih memilih menikmati konten secara gratis. Sebanyak 43,7% penggemar yang disurvei menyatakan bahwa mereka tidak menghabiskan uang sama sekali untuk

mengakses konten idola mereka dalam setahun terakhir. Konten yang dimaksud mencakup tiket konser K-Pop, *official merchandise*, paket berlangganan aplikasi, dan lainnya. Selain itu, 39,5% responden melaporkan bahwa mereka menghabiskan kurang dari Rp2 juta untuk menikmati konten dari artis Korea Selatan favorit mereka selama setahun terakhir. Hanya 3,9% responden yang mengaku menghabiskan lebih dari Rp10 juta. Secara rata-rata, penggemar hiburan Korea Selatan yang terlibat dalam survei ini menghabiskan sekitar Rp1,3 juta selama setahun terakhir. Survei ini dilaksanakan secara daring antara 20 hingga 29 Juni tahun 2022 dengan melibatkan 1.609 responden dari Indonesia, yang didominasi oleh Generasi Z dan Generasi Milenial. Responden berasal dari berbagai daerah di Indonesia, dengan sebagian besar tinggal di Pulau Jawa (Annur, 2022).

Salah satu kemampuan krusial yang perlu dikuasai oleh para penggemar K-Pop adalah keahlian dalam pengelolaan finansial pribadi. Dalam manajemen keuangan pribadi mencakup aktivitas penyusunan, pengelolaan, serta pemantauan keuangan individu (Rumianti & Launtu, 2022). Ini adalah seni serta ilmu yang digunakan untuk mengatur sumber daya keuangan, baik untuk diri sendiri, keluarga, ataupun bisnis (Rumianti & Launtu, 2022). Dalam keuangan pribadi, terdapat lima komponen utama yang perlu dipahami penggemar untuk dapat mengelola dan mengalokasikan uang dengan bijak. Kelima komponen tersebut adalah pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan asuransi (Octavilia, 2023). Kepemilikan aset yang signifikan dapat menunjukkan tingkat kesejahteraan finansial seseorang. Individu yang mampu mengelola berbagai jenis aset, seperti tabungan, saham, reksa dana, obligasi, dan aset berwujud, telah berusaha untuk merencanakan masa depan dan mempersiapkan kebutuhan di masa tuanya (Maharani & Sari, 2023).

Manajemen keuangan tidak hanya berkaitan dengan pendapatan, tetapi juga menuntut pemahaman yang baik tentang keuangan untuk menghindari kesalahan dalam pengelolaannya (Candra et al., 2022). Penggemar K-Pop harus mampu memisahkan dana untuk pengeluaran primer, seperti sewa tempat tinggal, biaya listrik, dan air, dari pengeluaran sekunder, seperti hiburan, menonton konser, membeli album, atau *merchandise* resmi (Mona, 2023). Dalam pengelolaan keuangan pribadi, penting bagi penggemar untuk menetapkan prioritas dengan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kadang-kadang, penggemar K-Pop membeli barang tanpa pertimbangan rasional, lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, dan cenderung mengonsumsi barang tanpa batas (Hidayati & Indriana, 2022).

Dalam manajemen keuangan pribadi, ada beberapa aspek yang menentukan kualitas keputusan keuangan seseorang, salah satu faktornya adalah kepribadian (Ristati et al., 2022a). Kepribadian adalah pola karakter yang cenderung stabil dan khas, memberikan konsistensi serta keunikan dalam perilaku individu. Memahami aspek kepribadian dalam manajemen keuangan sangat penting, karena masing-masing tipe kepribadian memiliki cara yang berbeda dalam mengatur keuangan. Aspek ini sering kali memengaruhi keputusan keuangan, dan menjadi salah satu penyebab utama terjadinya pengelolaan keuangan yang kurang maksimal. Maka dari itu, kepribadian menjadi faktor yang salah satunya cukup berpengaruh dalam manajemen keuangan (Ristati et al., 2022a).

Gaya hidup pun menjadi bagian dari komponen yang mampu memengaruhi manajemen keuangan pribadi. Gaya hidup merujuk pada kebiasaan sehari-hari seseorang yang tercermin dalam tindakan dan perilaku mereka (Sampoerno & Asandimitra, 2021). Hal ini juga dapat dianggap sebagai sikap pribadi saat seseorang mengelola kehidupannya, mengatur keuangannya, serta maksimalkan kesempatan dan waktu yang tersedia, termasuk proses individu berhubungan sosial pada lingkungan serta orang lain (Utami et al., 2022).

Tinjauan Pustaka

Theory of Planned Behavior (TPB)

Manajemen keuangan mengacu pada sikap individu dalam mengelola keuangan, yang perlu direncanakan dengan cermat. Pendekatan ini selaras dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, yang diperluas dari teori tindakan beralasan. TPB ialah teori yang menggambarkan bagaimana individu

mengambil langkah serta bagaimana mereka meresponsnya. Menurut Ajzen (1991), TPB menjelaskan bahwa dalam memilih suatu tindakan, individu mempertimbangkan berbagai opsi, mengevaluasi konsekuensinya, dan akhirnya memutuskan apakah akan melakukan tindakan tersebut (berdasarkan niat atau intensi). Niat ini dikendalikan oleh tiga faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku. Sikap tersebut, khususnya pada konteks keuangan, mencerminkan pandangan individu terhadap keuangan dan didasari oleh kecerdasan intelektual serta emosional yang mempengaruhi keputusan dan tindakan keuangan mereka.

Manajemen Keuangan Pribadi

Menurut Afandy & Niangsih (2020), Manajemen keuangan pribadi adalah keterampilan individu dalam merencanakan, menyusun anggaran, melakukan evaluasi, serta mengelola dan mengontrol sumber daya keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, kemampuan ini juga mencakup kemampuan untuk mencari dan menyimpan sumber daya keuangan yang diperlukan dalam aktivitas sehari-hari. Menurut Rumianti & Launtu (2022), Manajemen keuangan pribadi sebagai gabungan antara seni dan ilmu yang digunakan untuk mengatur dan mengendalikan sumber daya finansial, baik untuk seseorang, keluarga, ataupun usaha, mencakup berbagai pendekatan dan strategi dalam mengelola keuangan secara efektif. Menurut Aulianingrum & Rochmawati (2021), Manajemen keuangan merupakan strategi yang diterapkan untuk menciptakan keseimbangan antara gaya hidup konsumtif dan gaya hidup produktif, yang mencakup kegiatan yaitu melakukan tabungan, menjalankan usaha, atau berinvestasi.

Dalam jurnal Melisa et al. (2023), dijelaskan bahwa terdapat beberapa indikator yang termasuk dalam manajemen keuangan, yang diuraikan sebagai berikut:

1. Penentuan Sumber Dana : Kemampuan individu untuk mengenali dan menetapkan sumber pendanaan yang diperoleh serta mencari sumber pendanaan alternatif lain untuk menambah aliran masuk keuangan.
2. Penggunaan Dana : Cara seseorang mengatur dan mendistribusikan sumber daya keuangan yang tersedia harus dikelola dengan efisien untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan hidup sehari-hari.
3. Manajemen Risiko : Pengelolaan keuangan yang dilakukan untuk menghadapi potensi potensi risiko yang dapat muncul di waktu mendatang.
4. Perencanaan Masa Depan, Proses perencanaan biasanya dilaksanakan dengan metode cara mengevaluasi keperluan yang akan datang untuk mempersiapkan keadaan keuangan saat ini dengan lebih baik.

Kepribadian

Menurut Ristati et al. (2022a), Kepribadian merupakan karakteristik pola yang cenderung stabil dan menjadi ciri khas yang khas memberikan konsistensi serta keunikan dalam perilaku seseorang. Menurut Coulter (2016), Kepribadian seseorang merupakan kombinasi unik dari pola emosi, pikiran, dan perilaku yang memengaruhi cara individu merespons situasi dan berinteraksi dengan orang lain. Menurut Auzar et al. (2021), Kepribadian merupakan ciri dari kondisi mental setiap individu yang bervariasi antar orang, sehingga menciptakan respons yang dianggap konstan dan sesuai dengan lingkungan sekitarnya.

Memahami aspek kepribadian dalam pengelolaan keuangan sangat penting untuk memastikan pengelolaan yang tepat dan benar, karena setiap tipe kepribadian memiliki pendekatan yang berbeda dalam mengatur keuangan. Aspek kepribadian sering kali menjadi faktor yang memengaruhi pengelolaan keuangan, dan dapat menjadi penyebab utama terjadinya pengelolaan tidak baik. Pada Theory of Planned Behavior bahwa kepribadian ialah perceived behavioral control sebab seseorang dengan kecerdasan spiritual mampu mengendalikan tindakannya dan menentukan pilihan antara kebaikan dan keburukan. Dalam jurnal Ristati et al. (2022a), beberapa indikator yang dijadikan dasar dalam penelitian tersebut adalah:

1. Percaya diri
2. Pengambilan risiko
3. Kepemimpinan
4. Berorientasi ke masa depan

Gaya Hidup

Menurut Busman et al. (2022), *Hedonism lifestyle* merupakan gaya hidup di mana aktivitas sehari-hari, minat, dan pandangan seseorang lebih menekankan pada pencarian kesenangan dalam hidupnya. Menurut Rumianti & Launtu (2022), Gaya hidup merupakan Mencerminkan posisi atau status seseorang, yang terlihat dari perilaku yang selalu beradaptasi dengan perubahan tren, serta merupakan salah satu faktor utama dalam upaya untuk bertahan hidup. Bahkan, gaya hidup sering kali dianggap lebih penting dibandingkan dengan kebutuhan dasar. Menurut Sampoerno & Asandimitra (2021), merupakan pola gaya hidup dengan ditandai dengan fokus utama pada pencarian kesenangan, di mana sebagian besar waktu yang digunakan di luar tempat tinggal, dengan waktu dan uang yang lebih banyak diinvestasikan untuk hiburan serta menyukai berada dalam keramaian. Orang yang mengadopsi gaya hidup ini cenderung tinggal di perkotaan dan sering mengeluarkan uang memperoleh barang-barang mahal demi memenuhi keinginan mereka. Gaya hidup mereka cenderung meniru orang lain, dan perhatian utama mereka adalah menjadi pusat perhatian. Artinya, gaya hidup hedonisme sangat terkait dengan kebiasaan konsumsi seseorang.

Sampoerno & Asandimitra (2021) Mengembangkan tiga metode untuk mengukur gaya hidup yang terdiri dari hal-hal berikut:

1. Aktivitas : Unsur ini mengacu pada perilaku bisa diamati dengan langsung. Hal ini mencakup berbagai aktivitas yang bisa dianalisis melalui pengidentifikasi perilaku sehari-hari individu, jenis barang yang mereka peroleh, serta cara mereka menghabiskan waktu.
2. Minat : Hal ini mencakup tingkat antusiasme individu pada suatu objek, acara, ataupun topik tertentu, yang menyoroti preferensi dan prioritas yang dimiliki oleh masing-masing individu.
3. Opini : Ini merupakan pandangan yang diungkapkan secara lisan maupun tertulis oleh individu mengenai persepsi mereka terhadap gaya hidup konsumen.

Hipotesis

Pengaruh Kepribadian terhadap Manajemen Keuangan Pribadi

Dalam manajemen keuangan pribadi, terdapat berbagai faktor di mana memengaruhi keputusan keuangan seseorang, baik yang baik maupun yang buruk. Memahami aspek kepribadian dalam pengelolaan keuangan sangat penting untuk memastikan pengelolaan yang tepat dan benar, karena setiap tipe kepribadian memiliki pendekatan yang berbeda dalam mengatur keuangan. Aspek kepribadian sering kali menjadi faktor yang memengaruhi pengelolaan keuangan, dan dapat menjadi penyebab utama terjadinya pengelolaan tidak baik. Oleh karena itu menjadi salah satu indikator memiliki pengaruh terhadap manajemen keuangan (Ristati et al., 2022a).

Pada *Theory of Planned Behavior* bahwa kepribadian ialah *perceived behavioral control* sebab seseorang dengan kecerdasan spiritual mampu mengendalikan tindakannya dan menentukan pilihan antara kebaikan dan keburukan. Berdasarkan temuan penelitian Mardiana et al. (2022) dan Auzar et al. (2021) Kepribadian berdampak positif terhadap perencanaan keuangan pribadi, menyatakan adanya kepribadian berperan penting dalam proses tersebut. Ini berarti bahwa karakteristik individu dapat memberikan kontribusi yang nyata dalam perencanaan keuangan, sehingga bisa diasumsikan variabel kepribadian memiliki pengaruh signifikan pada bagaimana seseorang merencanakan keuangan pribadinya.

H1: Kepribadian berpengaruh positif terhadap Manajemen Keuangan Pribadi

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi

Gaya hidup merupakan aspek yang bisa berpengaruh pada manajemen keuangan pribadi (Dewi Aulianingrum & Rochmawati, 2021). Gaya hidup ini mencerminkan pola kehidupan yang sepenuhnya terfokus pada pencarian kesenangan. Biasanya, sebagian besar waktu digunakan di luar rumah, dengan waktu dan uang digunakan untuk hiburan, berbelanja barang-barang mahal untuk memenuhi keinginan, serta lebih memilih tempat keramaian di pusat kota. Gaya ini cenderung meniru orang lain, dan perhatian utama mereka adalah menjadi perhatian utama. Artinya gaya hidup sangat terkait dengan kebiasaan konsumsi individu (Sampoerno & Asandimitra, 2021).

Dalam *Theory of Planned Behavior*, gaya hidup dianggap sebagai *attitude towards the behavior*, sebab gaya hidup hedonisme berperan sebagai alasan yang mengarahkan sikap individu dalam bertindak, khususnya manajemen keuangan pribadi. Penelitian oleh Candra et al. (2022) dan Aulianingrum & Rochmawati (2021) mengindikasi gaya hidup hedonisme berdampak positif pada manajemen keuangan pribadi. Penelitian tersebut dapat dilihat pada gaya hidup yang menghabiskan uang agar tetap relevan dengan tren mode dan menghindari kesan ketinggalan zaman. Terkadang, kecenderungan gaya hidup mewah mendorong mereka untuk bersikap boros karena sebagian besar uang digunakan untuk hiburan, seperti membeli pakaian, alih-alih untuk biaya kuliah.

H2: Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Manajemen Keuangan Pribadi

Metode Penelitian

Penelitian diterapkan metode penelitian kuantitatif yaitu pendekatan deskriptif, di mana data diperoleh akan diolah dan dianalisis untuk mencapai kesimpulan. Penelitian ini memusatkan perhatian pada analisis data yang berbentuk angka, dan dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diidentifikasi hubungan signifikan antara variabel-variabel yang diteliti (Utami et al., 2022).

Populasi yang diteliti terdiri dari para penggemar K-Pop yang berada di Jakarta. Untuk mempermudah proses penelitian, peneliti memutuskan untuk mengambil sampel sebesar 300 responden dari seluruh penggemar K-Pop di Jakarta. Dengan menggunakan metode pendekatan *sampling non-probability* yakni dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Penelitian tersebut mengumpulkan data dengan metode kuisioner. Pada kuisioner ini, peneliti berkomunikasi langsung dengan responden melalui *google form* untuk menyampaikan pertanyaan-pertanyaan. Instrumen pengukuran yang diterapkan pada penelitian tersebut ialah skala *likert*.

Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis statistik deskriptif dan pengolahan data menggunakan software Smart PLS 4.0 dengan metode PLS-SEM. Model PLS diterapkan untuk menilai model *outer* (*convergent validity*, *discriminant validity*, serta *reliability*) dan model *inner* (*R-square*).

Hasil dan Diskusi

Profil Responden

Deskripsi mengenai responden pada penelitian ini yaitu mencakup berbagai aspek, yaitu jenis kelamin, usia, status, serta pendapatan. Profil responden tujuannya adalah untuk memberikan penjelasan gambaran mengenai latar belakang penggemar K-Pop. Informasi mengenai karakteristik responden bisa ditemukan dalam tabel dibawah:

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin		
	Perempuan	284	95%
	Laki Laki	16	5%
	Total	300	100%
2	Responden Berdasarkan Usia		
	<19 Tahun	42	14%
	20-24 Tahun	189	63%
	25-29 Tahun	58	19%
	30-34 Tahun	8	3%
	>35 Tahun	3	1%
	Total	300	100%
3	Responden Berdasarkan Status		
	Pelajar/Mahasiswa	153	51%
	Bekerja	112	38%
	Menikah	7	2%
	Lainnya	28	9%
	Total	300	100%
4	Responden Berdasarkan Pendapatan		
	<2.000.000	161	54%
	2.000.000-4.000.000	74	25%
	4.000.000-6.000.000	40	13%
	>6.000.000	25	8%
	Total	300	100%

Sumber: (Data diolah, 2024)

Hasil uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Loading Factor Tahap 1

	X1	X2	Y
X1.1	0.751		
X1.2	0.772		
X1.3	0.689		
X1.4	0.243		
X1.5	0.739		
X1.6	0.736		
X1.7	0.750		
X1.8	0.766		
X2.1		0.667	
X2.2		0.489	
X2.3		0.834	
X2.4		0.716	
X2.5		0.799	
X2.6		0.683	
Y1			0.690
Y2			0.735
Y3			0.529
Y4			0.449
Y5			0.425
Y6			0.667
Y7			0.777

Sumber: (Data diolah, 2024)

Tabel 3. Hasil Loading Factor Tahap 2

	X1	X2	Y
X1.1	0.760		
X1.2	0.781		
X1.5	0.739		
X1.6	0.742		
X1.7	0.757		
X1.8	0.789		
X2.1		0.705	
X2.3		0.788	
X2.4		0.755	
X2.5		0.756	
X2.6		0.719	
Y1			0.746
Y2			0.744
Y6			0.725
Y7			0.787

Sumber: (Data diolah, 2024)

Pada tabel tersebut hasil pengolahan menggunakan aplikasi *Smart PLS* menunjukkan bahwa nilai *loading factor* atau korelasi antara konstruk dan variabel telah memperoleh nilai *loading factor* di atas 0,70, yang mengindikasikan bahwa indikator variabel telah mencapai *convergent validity*. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa indikator-indikator tersebut secara baik mewakili variabel laten. Kriteria ini untuk menyatakan bahwa indikator variabel tersebut valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Manajemen Keuangan Pribadi	0.856	0.861	0.580
Kepribadian	0.803	0.809	0.555
Gaya Hidup	0.742	0.746	0.564

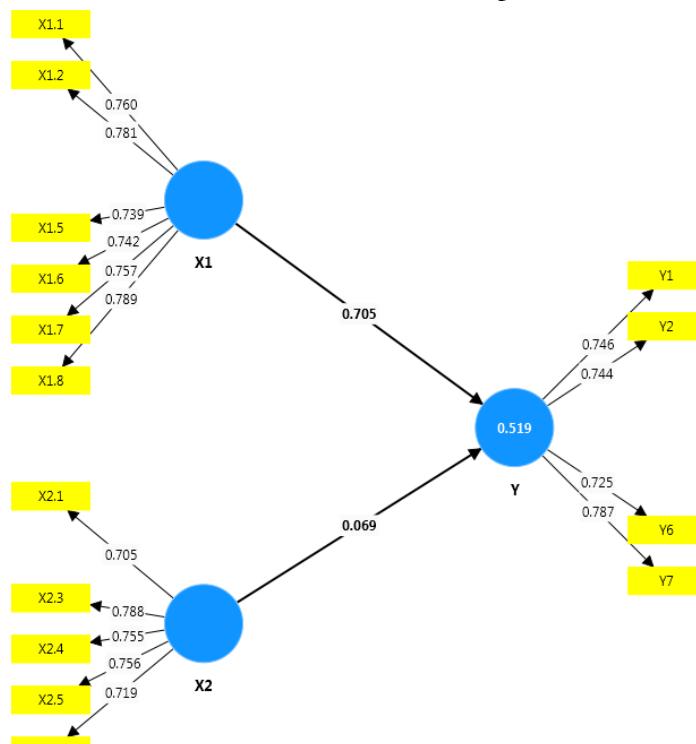
Sumber: (Data diolah, 2024)

Untuk memenuhi persyaratan agar dapat dikatakan valid maka semua konstruk harus di atas 0,50. Tabel 2 diatas menunjukkan semua konstruk yang terdapat dalam model penelitian memiliki nilai AVE diatas 0,50 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument dari indikator tentang variabel manajemen keuangan pribadi, kepribadian serta gaya hidup dinyatakan valid.

Syarat untuk menjadi reliable pada *composite reliability* dan *cronbach's alpha* adalah $> 0,70$ yang artinya dalam penelitian ini semua variabel sangat reliable terhadap tiap-tiap konstruknya atau jawaban responden atas setiap butir pertanyaan adalah konsisten dan stabil sehingga semua konstruk memenuhi uji reliabilitas

Hasil Uji Hipotesis

Gambar 1. Outer Model Tahap 2



Sumber: (SmartPls, 2024)

Tabel 5. Hasil Rekapitulasi Pengujian Hipotesis

Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T-Statistic (O/STDEV)	P-Value
X1->Y	0.705	0.033	21.136	0.000
X2->Y	0.069	0.043	1.589	0.112

Sumber: (Data diolah, 2024)

Pada hipotesis pertama, membuktikan kepribadian memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi pada penggemar K-Pop, terlihat bahwa koefisien jalur mencapai 0,705. Ini menunjukkan bahwa peningkatan kepribadian akan berkontribusi pada peningkatan manajemen keuangan pribadi sebesar 0,705 dengan nilai konstan. Hasil analisis menunjukkan nilai T-Statistik $21,136 > T\text{-Tabel} (1,96)$, serta nilai $P\text{-Value} (0,000) < 0,05$. Dengan begitu, hipotesis pertama (H_1) diterima, menegaskan kepribadian berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi.

Kepribadian memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi pada penggemar K-Pop. Kepribadian yang baik sangat memengaruhi kemampuan seseorang dalam manajemen keuangan. Semakin bagus kualitas kepribadian individu, semakin bagus juga manajemen keuangan pribadinya. Kepribadian memainkan peran besar dalam manajemen keuangan karena setiap individu memiliki karakter, tindakan, serta pola pikir yang beragam dalam mengatur keuangan.

Pada *Theory of Planned Behavior*, kepribadian dianggap sebagai *perceived behavioral control*, sebab seseorang yang memiliki kecerdasan spiritual cenderung bisa mengarahkan tindakannya serta memilih antara perilaku yang baik dan buruk. Temuan pada penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Mardiana *et al.*, (2022) dan Auzar *et al.*, (2021), mengindikasikan kepribadian

memiliki dampak signifikan pada manajemen keuangan pribadi. Kepribadian yang tepat sangat mendukung individu mengenai mengatur keuangan dengan cara yang efisien. Ini membuktikan bahwa semakin baik sifat kepribadian individu, akan semakin efektif juga manajemen keuangan pribadi yang dapat mereka lakukan. Dengan kepribadian yang mampu menahan emosional untuk menggunakan uang sesuai dengan kebutuhan, mereka cenderung lebih teliti dalam mengelola keuangan.

Pada hipotesis kedua, membuktikan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi pada penggemar K-Pop, diperoleh koefisien jalur sebesar 0,069. Hal ini mengungkapkan bahwa penurunan gaya hidup akan meningkatkan manajemen keuangan pribadi sebesar 0,069 dengan nilai konstan. Hasil analisis menyatakan bahwa T-Statistik menunjukkan $1,589 < T\text{-Table}$ yaitu (1,96), serta nilai $P\text{-Value}$ (0,112) $> 0,05$. Sehingga, pada hipotesis kedua (H_2) ditolak, yang menunjukkan yaitu gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi.

Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi pada penggemar K-Pop. Meskipun gaya hidup mampu mempengaruhi terhadap manajemen keuangan pribadi, keberhasilan dalam manajemen keuangan dapat dicapai walaupun gaya hidup berbeda, asalkan terdapat disiplin dan perencanaan keuangan yang baik.

Dalam *Theory of Planned Behavior*, gaya hidup juga berfungsi sebagai dasar motivasi yang mempengaruhi sikap individu dalam mengambil keputusan atau tindakan, seperti manajemen keuangan pribadi. Penelitian tersebut sejalan pada penelitian Busman *et al.*, (2022) dan Utami *et al.*, (2022) mengindikasikan tidak memiliki dampak antara gaya hidup pada manajemen keuangan pribadi. Hal ini membuktikan gaya hidup hedonisme memiliki peran penting dalam memengaruhi seberapa baik seseorang dapat mengelola keuangan pribadinya. Kian rendahnya gaya hidup hedonisme yang dimiliki seseorang, semakin tinggi juga kemampuan manajemen keuangan pribadi yang dapat dicapai.

Simpulan

Berdasarkan temuan dan analisis yang sudah disampaikan di atas terbukti bahwa Kepribadian memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi pada penggemar K-Pop. Kepribadian yang positif memainkan peran penting dalam kemampuan individu untuk mengelola keuangan mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin meningkat kepribadian seseorang, semakin efisien juga Hal ini mengindikasikan bahwa semakin meningkat kepribadian seseorang, semakin efisien juga manajemen keuangan yang dapat mereka lakukan. Kepribadian berperan dalam mempengaruhi cara seseorang mengatur keuangan, karena setiap orang memiliki karakter, tindakan, dan pola pikir yang beragam. Penggemar K-Pop yang optimis dalam hal keuangan biasanya menunjukkan karakteristik yang mendukung kemampuan mereka untuk mempertahankan stabilitas finansial, meskipun mereka memiliki minat yang besar terhadap hobi yang sering kali memerlukan biaya.

Selain itu temuan menunjukkan Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi pada penggemar K-Pop. kesuksesan dalam manajemen keuangan tetap dapat diraih meskipun terdapat perbedaan dalam gaya hidup, asalkan ada disiplin dan perencanaan keuangan yang baik. Banyak penggemar K-Pop yang tertarik untuk membeli *merchandise* terkait dengan hobi mereka. Namun, hal ini tidak mengganggu kondisi keuangan mereka karena banyak dari mereka telah menetapkan anggaran khusus untuk aktivitas tersebut. Mereka dengan hati-hati menetapkan batas pengeluaran untuk *merchandise*, memastikan bahwa pembelian tersebut tidak mengorbankan kebutuhan finansial utama seperti kebutuhan sehari-hari, tabungan, atau investasi.

Penelitian memberikan saran kepada penggemar K-Pop agar mengedukasi diri mereka tentang manajemen keuangan pribadi serta menetapkan anggaran khusus untuk pengeluaran yang berkaitan dengan K-Pop. Dengan memahami dasar-dasar pengelolaan uang serta menetapkan

anggaran khusus untuk pengeluaran yang berkaitan dengan K-Pop, penggemar dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana terkait pembelian merchandise, tiket konser, dan aktivitas lainnya.

Penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk landasan bagi studi-studi lanjutan yang ingin mengeksplorasi hubungan antara budaya pop, khususnya K-Pop, dengan manajemen keuangan pribadi dalam konteks yang berbeda. Penelitian ini membuka ruang bagi studi lebih lanjut untuk memperluas temuan ini ke berbagai kelompok sosial, budaya, atau wilayah lain. Misalnya, penelitian di masa depan dapat membandingkan pengaruh yang sama di kalangan penggemar budaya pop lainnya atau di berbagai kota dengan kondisi sosial-ekonomi yang berbeda.

Referensi

- Afandy, C., & Niangsih, F. F. (2020). Literasi Keuangan Dan Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Di Provinsi Bengkulu. *The Manager Review*, 2(2). www.ojk.go.id
- Andina, A. N. (2019). *Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop*. 1.
- Annur, C. M. (2022, July 26). *Mayoritas Penggemar K-Pop dan K-Drama Hanya Nikmati Konten Gratisan*. Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/mayoritas-penggemar-k-pop-dan-k-drama-hanya-nikmati-konten-gratisan>
- Arifa, S. N. (2022, October 6). *Fenomena Loyalitas dan Aksi Militan Fans K-Pop RI: Donasi Ratusan Juta untuk Kanjuruhan*. Good News. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/10/06/fenomena-loyalitas-dan-aksi-militan-fans-k-pop-ri-donasi-ratusan-juta-untuk-kanjuruhan>
- Asrofi, M. Z. (2020, September 30). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Perpustakaan Fakultas Geografi UGM. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Asrofi, M. Z. (2021, December 21). *Trend Budaya K-Pop Di Kalangan Remaja Indonesia: BTS Meal Hingga Fanatisme*. Perpustakaan Fakultas Geografi UGM. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-indonesia-bts-meal-hingga-fanatisme/>
- Aulianingrum, R. D., & Rochmawati. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(2), 198–206. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i2.24894>
- Auzar, A., Anwar, S., & Widajantie, T. D. (2021). Pengaruh Kepribadian dan Perbedaan Gender Terhadap Perencanaan Keuangan Pribadi. *BAJ (Behavioral Accounting Journal)*, 4(1).
- Busman, S. A., Hartini, & Santoso, A. (2022). Peran Pengetahuan Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Kontrol Diri, dan literasi Keuangan Dalam manajemen Keuangan Pribadi Generasi Z Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal EKE&BI*, 5(2). <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.680>
- Candra, W., Pratama, T., & Fatkhurrokhman, T. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEB&A)*, 24, 94–104.
- Coulter, R. (2016). *Manajemen* (Jilid 2 Edisi 13).
- Devita, V. D. (2020). *Fans BTS, TWICE, dan Blackpink Habiskan 20 Jutaan untuk Idola Mereka*. IPrice. <https://iprice.co.id/trend/insights/fans-bts-twice-dan-blackpink-habiskan-20-jutaan-untuk-idola-mereka/>
- Fahirra, H., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Korean Wave Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Official Bts. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10.
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar Kpop Di Semarang. *Jurnal Empati*, 11, 56–60.
- Maharani, N. K., & Sari, I. M. (2023). Can Financial Literacy and Asset Ownership Affect Retirement Planning? Insights From the Indonesian Family Life Survey. *Journal of Accounting and Investment*, 24(3), 828–840. <https://doi.org/10.18196/jai.v24i3.16112>

- Mardiana, Luthfiyah, S. H., & Febrianti, W. (2022). Pengaruh Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda Pada Kota Ampang. *JMari*, 3(1).
- Melisa, S., Salihi, & Meifari, V. (2023). *Peran Literasi Keuangan Dalam Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Stie Pembangunan Tanjungpinang*. 3(1).
- Mona, A. (2023, January 18). *Punya Banyak Aset, Begini Cara Idol Kpop Mengatur Keuangannya!* Moxa, Astra Financial. <https://moxa.id/blog/serbaserbi/punya-banyak-aset-begini-cara-idol-kpop-mengatur-keuangannya/>
- Octavilia, D. (2023). *Personal Finance Adalah: Mengatur Keuangan Pribadi Efektif & Mudah*. Landx OJK. <https://landx.id/blog/personal-finance-adalah-mengatur-keuangan-pribadi-efektif-mudah/>
- Puspita, L. G. (2022, January 12). *Fenomena Korean Wave Atau Hallyu Di Indonesia*. Vocasia. <https://vocasia.id/blog/apa-itu-korean-wave/>
- Ristati, Zulham, & Sutriani. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada UMKM Kopi Di Provinsi Aceh. *Ekonomi Dan Manajemen*, 19(3), 576–589.
- Rumianti, C., & Launtu, D. A. (2022). Dampak Gaya Hidup Hedonisme terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi pada Mahasiswa di Kota Makassar. *Economics and Digital Business Review*, 3(2), 21–40.
- Safir Makki. (2019, February 3). *“Crazy Rich” Itu Bernama Fan K-Pop*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190202191804-227-366008/crazy-rich-itu-bernama-fan-k-pop>
- Sampoerno, A. E., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, Dan Risk Tolerance terhadap Financial Management Behavior Pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.
- Utami, L. P., Marpaung, N. N., Program, M., Manajemen, S., Sekolah, D., Ilmu, T., Tribuana, E., Kunci, K., Keuangan, L., Hidup, G., & Karyawan, K. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Karyawan (Studi di PT. Mulia Boga Raya Tbk). *Jurnal Parameter*, 7(1), 96–108.