

Artikel Hasil Penelitian

Literasi Keuangan dan Perilaku Belanja Generasi X dan Y

Kiki Candra Mahendra, Abdur Rafik

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Penulis korespondensi: 18311472@students.uii.ac.id

ABSTRACT

Kajian tentang perbedaan sikap dan perilaku antar generasi telah mendapat banyak perhatian di literatur, tidak terkecuali di literatur keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati perbedaan literasi keuangan dan perilaku belanja Generasi X & Y. Total 200 kuesioner disebar dan diisi oleh masing-masing Generasi X sebanyak 95 responden dan Generasi Y sebanyak 105 responden. Analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji kualitas data terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas serta uji hipotesis menggunakan uji beda independen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa baik literasi keuangan maupun perilaku belanja generasi X & Y tidak berbeda secara signifikan. Temuan ini tidak berkesesuaian dengan temuan banyak penelitian yang mengidentifikasi adanya pola perbedaan perilaku pada pengelolaan keuangan personal antar generasi.

Kata Kunci: literasi keuangan, perilaku belanja, generasi X, generasi Y

PENDAHULUAN

Dalam literatur keuangan, telah banyak peneliti yang mengonfirmasi bahwa perilaku keuangan seseorang dipengaruhi salah satunya oleh pengetahuan atau literasi keuangan. Secara teoritis, Robb dan Woodyard (2011) menyatakan bahwa literasi keuangan adalah bagian dari pengetahuan keuangan tentang bagaimana pasar keuangan bekerja yang kalau dipahami dengan baik akan dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan

pengetahuan dan pemahaman tersebut untuk membuat keputusan keuangan yang efektif.

Salah satu perilaku keuangan yang akan terdampak literasi keuangan adalah perilaku belanja. Donovan, Minor, dan Mowen (2008) menemukan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, seseorang didorong oleh kebutuhan sosial dan lingkungan sekitarnya, yang pada gilirannya mempengaruhi gaya hidup dan perilaku belanjanya. Praktik ini, jika tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik, dapat menyebabkan tingginya tingkat konsumerisme dan berdampak negatif pada pengelolaan keuangan.

Sutrisno (2012) telah menunjukkan bahwa kebiasaan belanja menyebabkan tingginya tingkat konsumerisme pada masyarakat dan berdampak negatif pada pengelolaan keuangan personal. Shaari et al. (2013) menemukan hubungan negatif antara literasi keuangan dan perilaku belanja. Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi membuat keputusan keuangan yang tepat untuk menghindari pengeluaran berlebihan dan pemborosan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan membuat seseorang lebih berhati-hati dalam membelanjakan uang karena dengan kegiatan konsumsinya bisa lebih didasarkan pada prioritas kebutuhan, bukan keinginan atau kemauan.

Beberapa peneliti menemukan perbedaan pengelolaan keuangan antar generasi. Budiati et al. (2018), misalnya, menemukan bahwa generasi Y atau sering disebut millennial adalah generasi penerus dari generasi X dan paling mencolok karena generasi ini lahir berdampingan dengan internet. Generasi X lahir pada tahun antara 1965-1980, sedangkan generasi milenial lahir pada tahun kelahiran 1980 hingga 1995 dimana perkembangan teknologi sudah lebih canggih dibandingkan periode-periode sebelumnya. Perilaku belanja generasi X diduga cenderung berbeda dengan generasi Y karena paparan dan penguasaan mereka terhadap teknologi berbeda. Generasi Y cenderung lebih mencari informasi lewat gawai dan melakukan transaksi secara online, sedangkan generasi X, meskipun mencari informasi melalui gawai, transaksi jual belinya cenderung dilakukan secara *offline* atau langsung ke penjual/toko/pasar sehingga sangat mungkin untuk tidak lebih konsumtif (Okezone.com, 2017).

Beberapa peneliti menemukan hubungan negatif antara literasi keuangan dan perilaku belanja. Artinya, semakin tinggi pengetahuan seseorang maka semakin baik juga dalam mengelola uangnya sehingga kebiasaan belanja akan cenderung terkontrol atau tidak boros (rendah). Sebaliknya, semakin rendah pengetahuan keuangan seseorang, maka semakin buruk/boros (tinggi) juga pengelolaan belanjanya. Hal ini telah dibuktikan oleh Tibian (2018) yang menemukan bahwa Mahasiswa tergolong memiliki literasi keuangan yang rendah dan cenderung melakukan belanja dengan buruk (boros).

Penelitian ini mencoba menguji apakah literasi keuangan dan perilaku belanja pada generasi X dan generasi Y berbeda. Pada penelitian literasi

keuangan sebelumnya, pengukuran operasional pada sebagian besar penelitian tentang literasi keuangan berfokus pada aspek kognitif yang bersifat perseptual. Penelitian ini menggunakan jenis pengukuran operasional literasi keuangan berdasarkan pengujian objektif yang didasarkan pada jawaban benar-salah.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Literasi keuangan adalah pengetahuan keuangan yang dapat membantu seseorang membuat keputusan keuangan yang lebih baik. Peng et al. (2007) Menemukan bahwa orang dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi akan membuat keputusan pengeluaran fiskal yang lebih baik. Dalam hal ini, semakin tinggi tingkat literasi keuangan, maka semakin rendah pula kebiasaan konsumsinya. Chen dan Volpe (1998) juga menunjukkan bahwa orang dengan literasi keuangan yang rendah lebih mungkin membuat keputusan pengeluaran fiskal yang buruk. Lusardi dan Mitchell (2007; 2014) menyatakan bahwa orang dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung menyimpan uang untuk kesejahteraan masa depan. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka semakin rendah pula kebiasaan belanja seseorang, terutama dalam hal membelanjakan uang yang dimilikinya. Orang dengan literasi keuangan rendah cenderung membelanjakan uang mereka dengan boros, dan tidak semua pengeluaran didasarkan pada ide yang baik dan benar. Oleh karena itu, orang dengan literasi keuangan yang rendah mungkin memiliki pola pengeluaran yang tinggi. Ibrahim et al. (2010) juga menemukan bahwa literasi keuangan akan mencerminkan perilaku belanja seseorang.

Sutrisno (2012) menunjukkan bahwa kebiasaan belanja menyebabkan tingginya tingkat konsumerisme pada siswa dan berdampak negatif pada pengelolaan keuangan. Shaari et al. (2013) menemukan hubungan negatif antara literasi keuangan dan perilaku belanja. Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi membuat keputusan keuangan yang tepat untuk menghindari pengeluaran berlebihan dan pemborosan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan salah satu faktor kunci dalam menentukan perilaku belanja seseorang. Individu dengan pengetahuan keuangan yang baik akan lebih berhati-hati dan cerdas dalam membelanjakan uang dan lebih mendasarkan kegiatan konsumsinya pada prioritas kebutuhan, bukan keinginan atau kemauan.

Berdasarkan temuan dari beberapa penelitian, perilaku belanja pada generasi X dan generasi Y cenderung berbeda. Para ahli telah melaporkan bahwa generasi X sudah sangat canggih dalam perilaku pembeliannya dan mudah tergiur oleh promosi yang menarik (Dunne dan Lusch, 2008). Generasi X masih melakukan pembelian berdasarkan pencarian tradisional dalam metode pengambilan keputusan (Heaney, 2007). Mereka ingin mendengar dan melihat

fitur produk serta penjelasan mengapa fitur ini diperlukan (Himmel, 2008). Mereka memiliki sikap penghindaran risiko dan kapasitas risiko yang rendah (Reisenwitz dan Iyer, 2009). Generasi X membaca lebih banyak ulasan dan mengunjungi lebih banyak situs opini daripada generasi lainnya (Peralta, 2015). Lebih lanjut, Trocchia dan Janda (2003) menemukan bahwa konsumen yang lebih tua enggan melakukan belanja online karena kurangnya pengalaman penggunaan terhadap teknologi informasi, penolakan terhadap perubahan, dan kebiasaan mereka untuk mencoba produk sebelum membeli.

Sementara itu, Generasi Y telah dibesarkan di era di mana berbelanja tidak dianggap sebagai tindakan pembelian yang sederhana. Akibatnya, generasi Y cenderung mengembangkan gaya belanja yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Bakewell dan Vincent-Wayne, 2003). Generasi Y lebih terdorong untuk menggunakan konsumsi sebagai sarana untuk mencari status dan untuk menampilkan kekayaan dan daya beli (Eastman dan Liu, 2012; O'cass & Frost, 2002). Caplan (2005) mencatat bahwa Generasi Y menginginkan produk yang sesuai dengan kepribadian dan gaya hidup mereka, dengan sedikit memperhatikan merek. Mereka menganggap diri mereka sebagai konsumen yang berorientasi rasional, yang menganggap harga dan fitur produk lebih penting daripada nama merek (Phillips, 2007). Loyalitas Generasi Y dikatakan berubah-ubah, berubah dengan cepat sesuai dengan mode, tren dan popularitas merek, dan berfokus pada gaya dan kualitas daripada harga (Reisenwitz dan Iyer, 2009). Menurut Parment (2009), perusahaan bahkan akan cenderung sulit untuk menciptakan loyalitas pelanggan pada generasi Y karena sikap mereka jelas didasarkan pada pengalaman mereka, yang memberikan penentu tentang siapa yang akan diuntungkan oleh daya beli mereka. Selain itu, pemasar menganggap konsumen generasi Y memiliki tingkat daya beli yang tinggi (Martin dan Turley, 2004; Wolburg dan Pokrywczynski, 2001).

Teknologi juga memiliki pengaruh penting terhadap perilaku belanja. Temuan Parment (2009) menyimpulkan bahwa generasi Y adalah generasi *multi-tasker* yang menggunakan ponsel mereka untuk apa saja. Menurut Hernández, Jiménez dan Martin (2011), tinjauan literatur menunjukkan bahwa keterampilan komputer lebih mudah dipelajari oleh individu yang lebih muda (Czara et. al., 1989). Oleh karena itu, patut diduga bahwa:

H1: *Ada perbedaan perilaku belanja antara generasi X dan generasi Y*

Selain disebabkan oleh beberapa hal di atas, dugaan perbedaan perilaku belanja antara Generasi X dan Generasi Y patut juga diduga berhubungan dengan tingkat literasi keuangannya. Artinya, pola perilaku dalam konsumsi yang berbeda antara dua generasi ini, bisa juga disebabkan oleh tingkat pemahaman mereka

terhadap konsep-konsep pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, Hipotesis berikutnya dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3: *Ada perbedaan tingkat literasi keuangan antara generasi X dan generasi Y*

METODE

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan survei dan menggunakan data primer yang diperoleh dari mendistribusikan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada masyarakat yang berada di rentang umur 70-26 tahun melalui media online dengan menggunakan Google Form.

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi X dan Y dengan tahun kelahiran antara 1981 sampai dengan 1995. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden merupakan orang yang telah memiliki sumber penghasilan mandiri, dengan pertimbangan individu telah dapat memahami bagaimana cara mengelola dan mengatur uang yang didapatkan dengan baik sehingga dapat diketahui bagaimana kebiasaan belanjanya.

Literasi keuangan diukur menggunakan pengujian objektif, dimana responden disugahi beberapa pertanyaan dengan jawaban benar-salah dan perilaku belanja diukur menggunakan pertanyaan perseptual berbasis skala likert, dimana 1 menunjukkan ketidaksangatsetujuan dan 5 menunjukkan kesangatsetujuan. Tabel 1 menyajikan gambaran indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel.

Data yang terkumpul kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian validitas dilakukan menggunakan *Pearson Correlation* dan pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach alpha*. Tabel 1 dan Tabel 2 menyajikan hasil pengujian validitas dan reliabilitas. Setelah pengujian data dengan uji validitas dan reliabilitas terpenuhi, selanjutnya data dianalisis menggunakan uji beda *independent t test* untuk membuktikan apakah literasi keuangan dan perilaku belanja generasi x dan generasi y secara signifikan berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum data yang diperoleh dari responden diuji secara lebih lanjut menggunakan uji beda independent, data terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Tabel 1 menyajikan hasil pengujian validitas dan Tabel 2 menyajikan hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	Uji Validitas		
		Pearson Corr.	Sig.	Validitas
Literasi Keuangan	Asumsikan anda memiliki uang Rp.1.000.000 di rekening tabungan dengan tingkat bunga 2% per tahun. Setelah 5 tahun, berapa rupiah saldo rekening tabungan anda?	0,531	0,00	Valid
	Asumsikan suku bunga di rekening tabungan anda 1% per tahun dan tingkat inflasi 2% per tahun. Setelah 1 tahun, berapa banyak yang bisa anda beli dengan uang di rekening anda?	0,458	0,00	Valid
	Jika suku bunga naik, apa yang biasanya terjadi pada harga obligasi?	0,482	0,00	Valid
	Pembiayaan berdurasi 15 tahun biasanya mensyaratkan pembayaran bulanan yang lebih tinggi dibandingkan pembiayaan yang berdurasi 30 tahun, tetapi total bunga yang dibayarkan selama jangka waktu pembiayaannya akan lebih rendah.	0,435	0,00	Valid
	Saham memiliki risiko lebih tinggi dibandingkan obligasi dan reksadana pendapatan tetap.	0,446	0,00	Valid
	Jumlah uang yang harus dibayarkan setiap bulan sebagai kewajiban atas keikutsertaan dalam asuransi disebut premi.	0,405	0,00	Valid
Perilaku Belanja	Sebelum membeli sesuatu, saya biasanya mempertimbangkan secara hati-hati apakah saya mampu membelinya.	0,692	0,00	Valid
	Saya selalu menyisihkan uang untuk ditabung terlebih dahulu, baru kemudian belanja sesuai kebutuhan .	0,832	0,00	Valid
	Saya menetapkan tujuan keuangan jangka panjang dan berupaya memenuhinya.	0,821	0,00	Valid
	Saya membayar tagihan tepat waktu.	0,687	0,00	Valid
	Saya siap untuk menyisihkan Sebagian uang saya untuk menabung atau investasi.	0,677	0,00	Valid

Sumber: Pengolahan data

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Uji Reliabilitas	
	Cronbach Alpha	Reliabilitas
Literasi keuangan	0.645	Reliabel
Perilaku belanja	0.802	Reliabel

Sumber: Pengolahan data

Dari hasil pengujian validitas dan reliabilitas di Tabel 1 dan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa validitas dan reliabilitas pengukuran pada variabel terkonfirmasi. Dengan begitu, pengujian hipotesis dengan menggunakan uji beda independen dapat dilakukan.

Hasil Pengujian Hipotesis

Ada dua hipotesis yang ingin dibuktikan melalui pengujian uji beda independen, yaitu berkaitan dengan apakah tingkat literasi keuangan dan perilaku belanja antara generasi x dan generasi y berbeda. Tabel 3 merangkum statistika deskriptif dari dua kelompok sampel atau generasi. Dari Tabel 3, terlihat bahwa generasi x yang menjadi sampel adalah sebanyak 95 orang dan sisanya 105 orang adalah generasi y. Untuk literasi keuangan, sekilas dapat dilihat bahwa tingkat terliterasi generasi X lebih tinggi dibandingkan generasi y. Sebaliknya, perilaku belanja generasi y terlihat lebih tinggi dibandingkan generasi x.

Tabel 3. Statistika deskriptif kelompok sampel

Group Statistics					
	Usia	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Literasi Keuangan	Generasi X	95	4.17	1.277	.131
	Generasi Y	105	3.93	1.235	.120
Perilaku Belanja	Generasi X	95	20.69	3.352	.344
	Generasi Y	105	21.30	3.039	.297

Sumber: Pengolahan data

Meskipun secara deskriptif, literasi keuangan generasi x tampak lebih tinggi dan perilaku belanja generasi y juga tampak lebih tinggi dibandingkan generasi y, namun hasil pengujian hipotesis di Tabel 4 mengkonfirmasi tidak adanya perbedaan di antara generasi x dan generasi y pada kedua variabel tersebut. Hasil pengujian hipotesis, baik dengan basis kesamaan varian maupun

dengan basis kesamaan rata-rata, menunjukkan nilai signifikansi yang lebih besar dari alpha 10% (nilai signifikansi = 10% pada perilaku belanja dengan menggunakan basis kesamaan varian).

Tabel 4. Hasil Pengujian Uji Beda Independen

		Independent Samples Test						
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	SE Difference
Literasi Keuangan	Equal variances assumed	0.449	0.504	1.323	198	0.187	0.235	0.178
	Equal variances not assumed			1.321	194.492	0.188	0.235	0.178
Perilaku Belanja	Equal variances assumed	6.746	0.010	-1.350	198	0.179	-0.610	0.452
	Equal variances not assumed			-1.343	190.540	0.181	-0.610	0.454

Sumber: Pengolahan data

Pada variabel literasi keuangan, perbedaan rerata adalah sebesar 0,235 dengan standar error sebesar 0,178. Sementara nilai signifikansi adalah 0,504 pada basis kesamaan varian dan 0,187 pada basis kesamaan rerata. Artinya, perbedaan rerata literasi keuangan antara generasi x dan generasi y yang sebesar 0,235 tidaklah bermakna secara statistik, yang dengan kata lain perbedaannya tidak signifikan. Dengan begitu, hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini ditolak.

Sementara pada variabel perilaku belanja, perbedaan rerata sebesar -0,610 dengan standar error sebesar 0,452. Di saat yang sama, nilai signifikansi terkonfirmasi sebesar 0,010 pada basis kesamaan varian dan sebesar 0,179 pada basis kesamaan rerata. Ini artinya meskipun perilaku belanja generasi y sekilas tampak lebih tidak baik dibandingkan generasi x, namun perbedaan sebesar -0,610 secara statistik tidak dianggap signifikan. Dalam arti yang lain, dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan perilaku belanja antara generasi x dan generasi y. Dengan begitu, hipotesis kedua yang menduga bahwa akan ada perbedaan perilaku belanja antara generasi x dan generasi y juga tertolak.

Pembahasan

Meskipun secara deskriptif tingkat literasi keuangan generasi x sekilas lebih tinggi dibandingkan generasi y dan perilaku belanjanya juga lebih baik dibandingkan generasi y, namun hasil pengujian hipotesis tidak mengkonfirmasi perbedaan tersebut. Temuan ini secara statistik tidak mendukung dugaan awal tentang adanya perbedaan tingkat literasi keuangan dan perilaku belanja antara generasi x dan generasi y. Temuan penelitian ini, meskipun pola hubungan deskriptifnya sesuai, tampak tidak sejalan dengan temuan penelitian Shaari et al. (2013) dan Birari dan Patil (2014) yang menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku belanja.

Temuan penelitian ini juga tidak sejalan dengan temuan Lissitsa dan Kol (2016) yang menyiratkan adanya perbedaan perilaku belanja antara generasi x dan generasi y. Lissitsa dan Kol (2016) menyimpulkan bahwa pada generasi x, kemungkinan belanja akan menurun seiring bertambahnya usia, sementara pada generasi y, kemungkinan belanja akan meningkat seiring bertambahnya usia. Sampai awal usia tiga puluhan, kebutuhan keluarga generasi y secara konsisten tumbuh seiring pertumbuhan keluarga mereka, dan dengan itu, kebutuhan belanja mereka juga akan meningkat. Temuan penelitian ini juga tidak sejalan dengan temuan Debevec et al. (2013) yang menemukan bahwa generasi y cenderung lebih menunjukkan nilai-nilai dan perilaku hidup boros dan kurang terbiasa untuk menabung dibandingkan dengan generasi yang lebih tua.

KESIMPULAN

Meskipun secara angka, sekilas terlihat bahwa literasi keuangan generasi x lebih tinggi dibandingkan generasi y dan perilaku belanjanya lebih baik dibandingkan generasi y, namun hasil pengujian hipotesis tidak mengkonfirmasi adanya perbedaan literasi keuangan dan perilaku belanja antara generasi x dan generasi y. Temuan ini tidak berkesesuaian dengan beberapa temuan penelitian sebelumnya yang menyimpulkan adanya perbedaan perilaku dalam pengelolaan keuangan antara generasi x dan generasi y. Faktor yang mungkin menjadi penyebab dari tidak ditemukannya perbedaan perilaku ini salah satunya adalah karena kecanggihan teknologi yang mampu menghapuskan batasan-batasan pembelanjaan pada semua kelompok usia. Saat ini, dengan semakin majunya teknologi, setiap orang dapat mengumpulkan informasi secara cepat, melakukan pembelian atau belanja dari rumah, dan terpapar secara sama terhadap berbagai promosi produk di media sosial. Akibatnya, bisa jadi ada konvergensi perilaku antar kelompok usia yang disebabkan oleh semakin mudah dan canggihnya akses terhadap teknologi.

KETERBATASAN DAN SARAN PENGEMBANGAN

Temuan penelitian ini, yang hasilnya cenderung tidak konsisten dibandingkan beberapa penelitian sebelumnya, bisa jadi disebabkan oleh beberapa keterbatasan yang belum bisa diantisipasi dalam penelitian ini. Terlalu sedikitnya jumlah responden dan keterbatasan pemodelan bisa jadi menjadi salah satu sebab kenapa hasil pengujian cenderung tidak konsisten dibandingkan dengan temuan penelitian sebelumnya, meskipun pola perbedaannya secara angka identik. Selain itu, dalam prakteknya mungkin banyak faktor yang menjadi penentu variasi literasi keuangan dan perilaku belanja seseorang, alih-alih cuma berlandaskan pada kelompok usianya. Keberadaan faktor-faktor potensial ini tidak menjadi bagian yang dikendalikan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengantisipasi isu ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakewell, C. and Mitchell, V. (2003) 'Generation Y female consumer decision-making styles', *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(2), pp. 95–106. doi:10.1108/09590550310461994.
- Birari, A. and Patil, U. (2014) 'Spending & Saving Habits of Youth in the City of Aurangabad', *The SIJ Transactions on Industrial, Financial & Business Management (IFBM)*, 2(3), pp. 158–165.
- Budiati, I. et al. (2018) *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, pp. 1–171.
- Caplan, E., (2005). Brand loyalty. *Dealerscope* 20 (May), pp. 60.
- Chen, H. and Volpe, R. P. (1998) 'An analysis of personal financial literacy among college students', *Financial Services Review*, 7(2), pp. 107-128.
- Czara, S.J., Hammond, K., Blascovich, J.I. and Swede, H. (1989) 'Age related differences in learning to use a text-editing system', *Behavior and Information Technology*, 8(4), pp. 309-319.
- Dunne, R.F. and Lusch (2008) 'Retailing', Second ed. South-Western Cengage Learning, Mason, OH
- Eastman, J.K. and Liu, J. (2012) 'The impact of generational cohorts on status consumption: an exploratory look at generational cohort and demographics on status consumption', *Journal of Consumer Marketing*. Edited by D. Pitta, 29(2), pp. 93–102. doi:10.1108/07363761211206348.

- Heaney, J.-G. (2007) 'Generations X and Y's internet banking usage in Australia', *Journal of Financial Services Marketing*, 11(3), pp. 196–210. doi:10.1057/palgrave.fsm.4760052.
- Hernández, B., Jiménez, J. and José Martín, M. (2011) 'Age, gender and income: do they really moderate online shopping behaviour?', *Online Information Review*, 35(1), pp. 113–133. doi:10.1108/14684521111113614.
- Himmel, B. (2008) 'Different strokes for different generations', *Rental Product News*, 30(7), pp. 42-46.
- Ibrahim, D. I. D., Harun, R. and Isa, Z. M. (2010) 'A study on financial literacy of Malaysian degree students', *Cross-cultural communication*, 5(4), pp. 51-59.
- Lissitsa, S. and Kol, O. (2016) 'Generation X vs. Generation Y – A decade of online shopping', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31(31), pp. 304–312. doi:10.1016/j.jretconser.2016.04.015.
- Lusardi, A. and Mitchell, O.S. (2007) 'Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education', *Business Economics*, 42(1), pp. 35–44. doi:10.2145/20070104.
- Lusardi, A. and Mitchell, O.S. (2014) 'The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence', *Journal of Economic Literature*, 52(1), pp. 5–44. doi:10.1257/jel.52.1.5.
- Martin, C.A. and Turley, L.W. (2004) 'Malls and consumption motivation: an exploratory examination of older Generation Y consumers', *International Journal of Retail & Distribution Management*, 32(10), pp. 464–475. doi:10.1108/09590550410558608.
- Donavan, Minor, M. and Mowen, J. C. (2016) 'Consumer behavior'. Chicago Business Press.
- O'Cass, A. and Frost, H. (2002) 'Status brands: examining the effects of non-product-related brand associations on status and conspicuous consumption', *Journal of Product & Brand Management*, 11(2), pp. 67–88. doi:10.1108/10610420210423455.
- Okezone.com, (2017). Kenali Perbedaan Generasi X, Y, dan Z dalam Berbelanja. Diakses pada 14 Februari 2022, dari <https://economy.okezone.com/read/2017/01/27/320/1602838/kenali-perbedaan-generasi-x-y-dan-z-dalam-berbelanja>
- Parment, A. (2009) 'Automobile Marketing: Distribution Strategies for Competitiveness', VDM Publishing, Saarbrücken

- Peng, T.-C.M. *et al.* (2007) 'The Impact of Personal Finance Education Delivered in High School and College Courses', *Journal of Family and Economic Issues*, 28(2), pp. 265–284. doi:10.1007/s10834-007-9058-7.
- Peralta, E. (2015) 'Generation X: the small but financially powerful generation. Centro'. Diakses 12 Januari 2022, (<http://www.centro.net/blog/generation-x-the-small-but-mighty-generation/>)
- Phillips, C. (2007) 'Millennials: clued in or clueless?', *Advertising Age*, November, pp. 12–13.
- Reisenwitz, T. H. and Iyer, R. (2009) 'Differences in generation X and generation Y: Implications for the organization and marketers', *The Marketing Management Journal*. 19(2), pp. 91–103.
- Robb, C. A., & Woodyard, A. S. (2011). 'Financial knowledge and best practice behavior', *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), pp. 60-70.
- Shaari, N. A, Hasan, N. A, Mohamed, R. K. M. H, & Sabri, M. A. J. (2013) 'Financial literacy: A Study Among the University Student', *Journal of Contemporary Research in Business*, 5(2), pp. 279- 299.
- Sutrisno, Y. (2012). Financial Attitudes dan Spending habits di kalangan Mahasiswa Ditinjau dari Perbedaan Jenis Kelamin. Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana.
- Tibian, G. (2018). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Spending Habits Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma, Skripsi S1, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta
- Trocchia, P.J. and Janda, S. (2003) 'How do consumers evaluate Internet retail service quality?', *Journal of Services Marketing*, 17(3), pp. 243–253. doi:10.1108/08876040310474800.
- Wolburg, J.M. and Pokrywczynski, J. (2001) 'A Psychographic Analysis of Generation Y College Students', *Journal of Advertising Research*, 41(5), pp. 33–52. doi:10.2501/jar-41-5-33-52.