

# DAMPAK KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN KEUANGAN MAHASISWA AKUNTANSI UNESA: PERILAKU KONSUMTIF DAN MANAJEMEN KEUANGAN

Oleh:

**Skolatiska Listyana Hendrik<sup>1</sup>**

**Firdausi Arrayyan Saputra<sup>2</sup>**

Universitas Negeri Surabaya

Alamat: JL. Ketintang No.2, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur (60231).

Korespondensi Penulis: [skolatiska.23185@mhs.unesa.ac.id](mailto:skolatiska.23185@mhs.unesa.ac.id)

**Abstract.** *The Korean Wave phenomenon, consisting of K-Pop music, dramas, and Korean films, has developed into a global trend that influences various aspects of people's lives, including culture, lifestyle, and managing their own finances. Korean Wave is very popular with students, including accounting students at Surabaya State University (UNESA). The purpose of this research is to see how the Korean Wave influences students' financial decisions; This research will concentrate on three main elements: Korean Wave, consumer behavior, and financial management. In this research, the Slovin method was used to conduct a survey of 92 selected UNESA accounting students. Data was collected via a Likert scale questionnaire, and analyzed using multiple linear regression. According to research results, the Korean Wave has a positive effect on students' financial decisions. This phenomenon encourages students to buy Korean cultural goods, such as food, merchandise and music albums. Financial decisions are greatly influenced by consumer behavior. Students with consumerist tendencies tend to make impulsive and poorly planned financial decisions, which results in greater expenses. On the other hand, students with good financial management are better able to plan a budget, control expenses, and avoid unnecessary purchases. Overall, consumer behavior, financial management, and the Korean Wave contributed 68.5% to students' financial decisions. Other factors not examined in this study also contributed. This*

# DAMPAK KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN KEUANGAN MAHASISWA AKUNTANSI UNESA: PERILAKU KONSUMTIF DAN MANAJEMEN KEUANGAN

*research emphasizes that students must have financial literacy if they want to deal wisely with the influence of pop culture. In addition, it is hoped that the results of this research can become a reference source for research related to the influence of global culture on individual financial actions.*

**Keywords:** *Korean Wave, consumptive behavior, financial management, financial decisions, students.*

**Abstrak.** Fenomena *Korean Wave*, yang terdiri dari musik *K-Pop*, drama, dan film Korea, telah berkembang menjadi tren global yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk budaya, gaya hidup, dan pengelolaan keuangan mereka sendiri. *Korean Wave* sangat disukai oleh mahasiswa, termasuk mahasiswa akuntansi di Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana *Korean Wave* mempengaruhi keputusan keuangan mahasiswa, penelitian ini akan berkonsentrasi pada tiga elemen utama: *Korean Wave*, perilaku konsumtif, dan manajemen keuangan. Dalam penelitian ini, metode *Slovin* digunakan untuk melakukan survei terhadap 92 mahasiswa akuntansi UNESA yang dipilih. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala *Likert*, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Menurut hasil penelitian, *Korean Wave* memiliki efek positif terhadap keputusan keuangan mahasiswa. Fenomena ini mendorong mahasiswa untuk membeli barang-barang budaya Korea, seperti makanan, *merchandise*, dan album musik. Keputusan keuangan sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan kecenderungan konsumtif cenderung membuat keputusan keuangan yang impulsif dan kurang terencana, yang mengakibatkan pengeluaran yang lebih besar. Sebaliknya, mahasiswa dengan manajemen keuangan yang baik lebih mampu merencanakan anggaran, mengontrol pengeluaran, dan menghindari pembelian yang tidak perlu. Secara keseluruhan, perilaku konsumtif, manajemen keuangan, dan *Korean Wave* berkontribusi sebesar 68,5% terhadap keputusan keuangan mahasiswa. Faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini juga berkontribusi. Penelitian ini menekankan bahwa mahasiswa harus memiliki pengetahuan keuangan jika mereka ingin menghadapi pengaruh budaya pop dengan bijak. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian terkait pengaruh budaya global terhadap tindakan keuangan individu.

**Kata Kunci:** *Korean Wave*, Perilaku Konsumtif, Manajemen Keuangan, Keputusan Keuangan, Mahasiswa.

## LATAR BELAKANG

Fenomena *Hallyu* atau *Korean Wave*, telah berkembang menjadi fenomena global yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk budaya, mode, dan perilaku konsumsi. Salah satu contoh dari fenomena *Korean Wave* adalah penyebaran musik *K-Pop*, drama, dan film Korea yang menjadi perhatian banyak orang, terutama di kalangan remaja. *Korean Wave* sangat populer di Indonesia, terutama di kalangan mahasiswa, yang sering menjadi penggemar setia budaya Korea (Sari & Rahmawati, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa *Korean Wave* bukan hanya tren, namun juga dapat mempengaruhi cara seseorang menghabiskan uang dan membuat keputusan atas keuangan mereka.

Sebagai kelompok yang rentan terhadap pengaruh budaya pop, mahasiswa sering terpengaruh oleh tren yang dibawa oleh *Korean Wave*. Pratiwi dan Sari (2020) menemukan bahwa mahasiswa yang terpapar konten Korea memiliki kecenderungan untuk mengubah cara mereka mengonsumsi makanan dan minuman, yang dapat berdampak pada bagaimana mereka mengelola keuangan mereka. Meningkatnya minat mahasiswa terhadap produk-produk yang terkait dengan *Korean Wave* mungkin membuat mereka beralih dari belajar mengelola keuangan yang bijak ke konsumsi yang lebih impulsif dan tidak terkontrol.

Mahasiswa akuntansi di Universitas Negeri Surabaya (UNESA) harus memiliki pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan. Karena mereka akan memasuki dunia profesional yang membutuhkan kemampuan ini, mahasiswa akuntansi diharapkan memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Namun, ada kekhawatiran bahwa mahasiswa mungkin mengabaikan dasar-dasar manajemen keuangan, seperti penganggaran dan tabungan karena pengeluaran yang meningkat untuk barang-barang yang terinspirasi oleh *Korean Wave* (Hidayati, 2022).

*Korean Wave* dapat menyebabkan perilaku belanja impulsif. Studi oleh Wulandari dan Setiawan (2021) menemukan bahwa mahasiswa yang terpengaruh oleh budaya pop lebih suka menghabiskan uang daripada menghemat uang. Dengan ini, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengetahui bagaimana hal-hal ini dapat mempengaruhi

# **DAMPAK KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN KEUANGAN MAHASISWA AKUNTANSI UNESA: PERILAKU KONSUMTIF DAN MANAJEMEN KEUANGAN**

keputusan keuangan mahasiswa, terutama di kalangan mahasiswa akuntansi yang seharusnya lebih memahami manajemen keuangan.

Fokus penelitian ini adalah perubahan dalam manajemen keuangan dan konsumsi yang disebabkan oleh *Korean Wave* terhadap keputusan keuangan yang dibuat oleh mahasiswa akuntansi UNESA. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana fenomena budaya ini mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan saran kepada mahasiswa mengenai cara mengatasi pengaruh budaya Korea yang kuat untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bagaimana *Korean Wave* mempengaruhi keputusan keuangan mahasiswa akuntansi UNESA. Dengan mengetahui bagaimana fenomena ini mempengaruhi mereka, diharapkan mahasiswa dapat belajar menggunakan uang mereka dengan lebih bijak dan mengadopsi gaya hidup yang lebih sehat dan berkelanjutan. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan berfungsi sebagai referensi untuk studi terkait pengaruh budaya Korea terhadap perilaku keuangan individu.

## **KAJIAN TEORITIS**

### ***Theory of Planned Behaviour***

*Theory of Planned Behavior Model* (TPB) yang diciptakan oleh Ajzen pada tahun 1991, mendefinisikan minat sebagai ketertarikan seseorang terhadap sesuatu tanpa dorongan dari luar (Sumarwan, 2015). Menurut Ajzen (2005), terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi minat: sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*).

### ***Korean Wave***

Menurut Shim (2006), istilah *Hallyu/Korean Wave* atau yang lebih sering disebut "Gelombang Korea" ini dikenal luas karena penyebaran budaya Pop Korea di seluruh dunia. Menurut Ju (2010), *Korean Wave* adalah kebangkitan tiba-tiba dari budaya populer Korea yang mencakup drama televisi, film, musik pop (K-Pop), dan *game online* di banyak negara Asia, termasuk Jepang, sekitar akhir tahun 1990-an. "Wave" merujuk pada popularitas budaya populer Korea di seluruh Asia.

## **Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif diartikan sebagai sifat konsumsi yang hanya memakai tanpa menghasilkan sendiri, seperti yang dikemukakan oleh Waluyo (dalam Fitri, 2013), yaitu gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan matang. Yuniarti (2015) menambahkan bahwa perilaku konsumtif adalah keyakinan dalam mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan dalam jumlah besar untuk mencapai kepuasan maksimal. Hal ini sejalan dengan pendapat Engel (dalam Anggraini, 2019), yang menyatakan bahwa ketidakmampuan untuk menahan keinginan untuk memiliki sesuatu yang diinginkan menyebabkan seseorang menunjukkan sikap konsumtif dengan membeli barang yang tidak diperlukan.

## **Manajemen Keuangan**

Menurut Erlina, manajemen keuangan adalah pengelolaan operasi keuangan, termasuk cara mendapatkan dana dan membaginya. J.F. Bradley menggambarkan manajemen keuangan sebagai bidang manajemen bisnis yang berfokus pada penggunaan modal dengan bijak dan penggunaan sumber modal dengan hati-hati untuk mencapai tujuan perusahaan. Namun, Emery menyatakan bahwa manajemen keuangan adalah penerapan aturan keuangan dalam organisasi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya yang tepat.

## **Hubungan antar Variabel**

Melalui peningkatan minat dan konsumsi produk budaya Korea, *Korean Wave* (H1) dapat mempengaruhi keputusan keuangan seseorang. Hal ini menyebabkan pengeluaran setiap orang meningkat. Studi menunjukkan bahwa fenomena ini menyebabkan lebih banyak orang memilih untuk membeli barang-barang yang terkait dengan budaya Korea, seperti musik, film, dan fashion (Sagia & Situmorang, 2018).

- H1: *Korean Wave* berpengaruh positif terhadap keputusan keuangan

Perilaku konsumtif (H2) menunjukkan kecenderungan individu untuk menghabiskan uang berdasarkan preferensi dan keinginan mereka. Penelitian menunjukkan bahwa individu dengan perilaku konsumtif yang tinggi cenderung membuat keputusan keuangan yang lebih impulsif, sehingga dapat menyebabkan pengeluaran yang lebih besar (Sagia, 2018). Penelitian ini juga mendapat dukungan dari

# DAMPAK KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN KEUANGAN MAHASISWA AKUNTANSI UNESA: PERILAKU KONSUMTIF DAN MANAJEMEN KEUANGAN

penelitian lain yang menunjukkan bahwa individu dengan perilaku konsumtif yang tinggi cenderung melakukan pengeluaran yang lebih besar (Sagia, 2018).

- H2: Perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap keputusan keuangan

Setiap orang dapat merencanakan dan mengelola pengeluaran mereka dengan baik jika memiliki manajemen keuangan yang baik (H3). Penelitian menunjukkan bahwa orang dengan keterampilan manajemen keuangan yang baik akan cenderung membuat keputusan keuangan yang lebih terencana dan bijaksana (Siswandi & Djawoto, 2018). Oleh karena itu, dengan memiliki manajemen keuangan yang baik dapat membantu untuk menghindari pengeluaran yang tidak perlu.

- H3: Manajemen keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan keuangan.

## METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang berdasar filsafat *positivisme* bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti (Sugiyono dalam Yulianti, 2022). Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi Universitas Negeri Surabaya dengan jumlah populasi sebanyak 1.228 mahasiswa. Dengan menggunakan Rumus Slovin, jumlah sampel yang didapat adalah sebanyak 92 mahasiswa.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan survei mengenai dampak *Korean Wave* (X1), perilaku konsumtif (X2), dan manajemen keuangan (X3) terhadap keputusan keuangan mahasiswa akuntansi Universitas Negeri Surabaya (Y). Data ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang diukur menggunakan skala *likert* kepada mahasiswa akuntansi Universitas Negeri Surabaya. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono dalam Yulianti, 2022). Skala pengukuran dibuat sebanyak 5 poin dengan rincian sebagai berikut.

**Tabel Skala Likert**

No	Keterangan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4

3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dari hasil uji validitas, dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dari masing-masing variabel memiliki nilai  $R_{hitung}$  lebih besar dari  $R_{tabel}$  (0,2028). Artinya, pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan untuk mengukur pengaruh *Korean Wave*, perilaku konsumtif, dan manajemen keuangan terhadap keputusan keuangan. Adapun uji reliabilitas yang hasilnya menunjukkan bahwa pernyataan dianggap reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,70.

### Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi UNESA yang berusia 17-24 tahun dan menyukai hal-hal berbau Korea. Hasilnya, 71 orang (73,2%) dari responden berusia antara 17-20 tahun dan 42 orang (43,3%) memiliki pendapatan kurang dari Rp1.000.000. Dari analisis ini, dapat diketahui bahwa sebagian besar pendapatan responden berasal dari orang tua, yaitu 79 orang (81,4%).

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji statistik *nonparametric Kolmogorov-Smirnov* (K-S) digunakan untuk uji normalitas. Ini yang menghasilkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 dengan nilai lebih besar dari 0,05. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel *Korean Wave* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,608 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) sebesar 1,644. Nilai *tolerance* dari variabel perilaku konsumtif adalah sebesar 0,729, sedangkan nilai VIF dari variabel yang sama adalah sebesar 1,372. Nilai *tolerance* dan nilai VIF dari variabel manajemen keuangan adalah sebesar 0,601 dan 1,665. Hasilnya menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih rendah dari 10. Artinya, gejala multikolinieritas tidak ditemukan dalam penelitian ini. Sedangkan

# DAMPAK KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN KEUANGAN MAHASISWA AKUNTANSI UNESA: PERILAKU KONSUMTIF DAN MANAJEMEN KEUANGAN

ntuk menguji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan uji Glejser. Dengan variabel *Korean Wave* sebesar 0,276, variabel perilaku konsumtif sebesar 0,978, dan variabel manajemen keuangan sebesar 0,292, uji Glejser menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

## Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linier berganda menghasilkan model persamaan (1) yang ditunjukkan dalam Tabel 1. Nilai estimasi variabel keputusan keuangan diwakili oleh Y. Nilai variabel *Korean Wave*, perilaku konsumtif, dan manajemen keuangan diwakili oleh X1, X2, dan X3. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) adalah 0,514, yang berarti bahwa besarnya keputusan keuangan adalah 0,514 jika *Korean Wave*, perilaku konsumtif, dan manajemen keuangan masing-masing bernilai nol (0). Dengan ini, didapat nilai koefisiensi *Korean Wave* (X1) adalah sebesar 0,418, nilai koefisiensi perilaku konsumtif (X2) adalah sebesar 0,232, dan nilai koefisiensi manajemen keuangan (X3) adalah sebesar 0,381. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan keuangan.

**Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
		B	Std. Error	d Coefficients Beta		
1	(Constant)	.514	.637		.806	.422
	X1	.418	.074	.413	5.623	.000
	X2	.232	.065	.240	3.579	.001
	X3	.381	.080	.352	4.759	.000

Sumber: *Output SPSS* (data diolah penulis)

$$Y = 0,514 + 0,418X1 + 0,232X2 + 0,381X3 \dots\dots\dots(1)$$

## Hasil Analisis Koefisien Determinasi

**Tabel 2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 <sup>a</sup>	.695	.685	1.30186

Sumber: *Output* SPSS (data diolah penulis)

Nilai Adjusted  $R^2$  adalah sebesar 0,685 seperti yang ditunjukkan oleh hasil analisis koefisien determinasi pada Tabel 2. Hal ini menunjukkan bahwa faktor manajemen keuangan, perilaku konsumtif, dan *Korean Wave* memengaruhi keputusan keuangan sebesar 68,5% (0,685) dengan faktor lain yang tidak diteliti memengaruhi sebesar 31,5%.

### Hasil Uji Hipotesis (Uji-t)

Tabel 1 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  variabel *Korean Wave* sebesar 5.623 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa variabel  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, variabel *Korean Wave* memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan keuangan. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  variabel perilaku konsumtif adalah sebesar 3.579 dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga variabel perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap variabel keputusan keuangan. Variabel  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima karena nilai  $t_{hitung}$  variabel manajemen keuangan sebesar 3.579 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga variabel manajemen keuangan memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan keuangan.

### Hasil Uji Statistik F

**Tabel 3. Hasil Uji Statistik F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	359.176	2	119.725	68.948	.000 <sup>b</sup>
	Residual	156.282	90	1.736		
	Total	515.457	92			

Sumber: *Output* SPSS (2024, data diolah peneliti)

# **DAMPAK KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN KEUANGAN MAHASISWA AKUNTANSI UNESA: PERILAKU KONSUMTIF DAN MANAJEMEN KEUANGAN**

Dengan sig. (P Value)  $0,000 < 0,05$ , nilai  $F_{hitung}$  adalah 68.948.  $H_0$  ditolak, sedangkan  $H_1$ ,  $H_2$ , dan  $H_3$  diterima. Dengan demikian, *Korean Wave* ( $X_1$ ), perilaku konsumtif ( $X_2$ ), dan manajemen keuangan ( $X_3$ ) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan ( $Y$ ).

## **Pengaruh Korean Wave terhadap Keputusan Keuangan**

Dari perhitungan dan analisis yang telah dilakukan peneliti, dapat diketahui bahwa keputusan keuangan dipengaruhi Korean Wave. Hipotesis bahwa *Korean Wave* memiliki dampak yang positif terhadap keputusan keuangan dapat diterima. Menurut *Theory of Planned Behavior*, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap produk dan budaya Korea yang dihasilkan oleh *Korean Wave* meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Kim dan Kim (2019) menjelaskan bahwa sikap positif berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli produk *K-Pop* dan *K-Drama*. Selain itu, *Korean Wave* mempengaruhi bagaimana orang membuat keputusan keuangan mereka, terutama mengenai cara mereka mengeluarkan uang untuk produk Korea. Seperti yang ditunjukkan oleh Sagia & Situmorang (2018), yang mencatat bahwa fenomena *Korean Wave* meningkatkan minat belanja, penelitian menunjukkan bahwa orang-orang yang terpapar oleh gelombang tersebut cenderung mengeluarkan lebih banyak uang. Sehingga *Korean Wave* berdampak pada preferensi budaya dan keuangan seseorang.

## **Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Keuangan**

Dari hasil perhitungan dan analisis, diketahui bahwa perilaku konsumtif memengaruhi keputusan keuangan. Dengan demikian, hipotesis yang diterima adalah perilaku konsumtif memiliki dampak yang positif pada pilihan keuangan seseorang. Menurut *Theory of Planned Behavior*, sikap positif terhadap konsumsi dapat mendorong adanya perilaku impulsif menjadi hasil dari penelitian ini. Sebuah penelitian oleh Bian dan Moutinho (2011) menunjukkan bahwa orang-orang dengan sikap konsumtif yang kuat cenderung menghabiskan uang untuk hal-hal yang bukan menjadi prioritas. Arifin dan Sari (2020) juga menemukan bahwa norma sosial, seperti bantuan dari teman dan keluarga, dapat membuat orang lebih suka menghabiskan uang, mendorong mereka untuk berbelanja. Menurut penelitian ini, pengaruh sosial dapat memengaruhi perilaku konsumtif dan pilihan keuangan.

## **Pengaruh Manajemen Keuangan terhadap Keputusan Keuangan**

Hasil perhitungan dan analisis menunjukkan bahwa keputusan keuangan dipengaruhi oleh manajemen keuangan. Dengan demikian, hipotesis manajemen keuangan memiliki dampak yang positif pada keputusan keuangan adalah yang diterima. Menurut *Theory of Planned Behavior*, Hira dan Mugenda (2018) menemukan bahwa orang yang menerapkan prinsip manajemen keuangan, seperti pengelolaan utang dan perencanaan anggaran, memiliki kemungkinan lebih besar untuk mencapai tujuan keuangan mereka. Oleh karena itu, keputusan keuangan individu sangat dipengaruhi oleh manajemen keuangan untuk meningkatkan kemampuan seseorang dalam merencanakan anggaran dengan baik..

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, dapat ditemukan bahwa *Korean Wave*, perilaku konsumtif, dan manajemen keuangan berpengaruh secara positif terhadap keputusan keuangan mahasiswa akuntansi UNESA. *Korean Wave* memiliki pengaruh positif karena mendorong minat mahasiswa untuk membeli produk terkait budaya Korea. Perilaku konsumtif juga berpengaruh positif karena semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi pula kemungkinan mahasiswa melakukan pengeluaran secara impulsif. Hal yang sama dengan manajemen keuangan, dimana mahasiswa yang memiliki kemampuan manajemen keuangan yang baik, cenderung lebih bijaksana dalam merencanakan dan mengelola keuangan mereka.

### **Saran**

Mahasiswa akuntansi UNESA diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangannya agar dapat mengelola pendapatan dan pengeluarannya dengan bijak, terutama dalam menghadapi pengaruh *Korean Wave*. Sebaiknya mahasiswa juga dapat mempertimbangkan dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan dengan mengetahui prioritas keuangannya untuk menghindari perilaku konsumtif.

# **DAMPAK KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN KEUANGAN MAHASISWA AKUNTANSI UNESA: PERILAKU KONSUMTIF DAN MANAJEMEN KEUANGAN**

## **DAFTAR REFERENSI**

- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2005). "Attitudes, Personality, and Behavior." Open University Press.
- Ambarsari, Marisyah Dwi., & Asandimitra, Nadia. (2023). "Pengaruh financial literacy, lifestyle, konformitas, money attitude, dan e-money terhadap perilaku konsumtif Generasi Z penggemar K-pop". *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 550-564.
- Anggraini, R. (2019). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(1), 45-60.
- Arifin, Z., & Sari, D. (2020). "Norma Sosial dan Perilaku Konsumtif: Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 45-60.
- Bian, K., & Moutinho, L. (2011). "The Role of Consumer Attitude in the Relationship Between Impulsive Buying and Consumer Behavior." *Journal of Consumer Marketing*, 28(3), 205-215.
- Cahyaningtyas, Dyah Ayu Putri. (2022). "ANALISIS FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR ANAK MUDA PENGGEMAR BUDAYA KOREA DI INDONESIA". *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 793-803.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). "Consumer Behavior." The Dryden Press.