



## PERAN COMMUNICATION TRANSPARENCY, TRUST, ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP MONEY MANAGEMENT INTENTION

Rachmad Indra Baskara<sup>1</sup>, Arwini Sumardi<sup>2</sup>

Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti Jakarta<sup>1,2</sup>  
 indraibas@gmail.com<sup>1</sup>, arwinsumar@gmail.com<sup>2</sup>

### Info Artikel :

Diterima : 14 Januari 2022

Disetujui : 18 Januari 2022

Dipublikasikan : 24 Februari 2022

### Kata Kunci :

transparansi komunikasi kepercayaan pada organisasi, kepercayaan pada organisasi, sikap, norma subjektif, perilaku yang dirasakan, niat pengelolaan uang

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh dari organization transparency terhadap trust in organization dan bagaimana dampak dari trust in organization terhadap attitude, subjective norms dan perceived behavioral control serta bagaimana pengaruh dari attitude, subjective norms dan perceived behavioral control terhadap money management intention. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dari penelitian ini merupakan karyawan bank swasta yang terpapar informasi terkait literasi keuangan dari Otoritas Jasa Keuangan. Data sendiri dikumpulkan secara online dan offline langsung kepada responden dalam penelitian ini. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SEM dengan program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa communication transparency memiliki pengaruh terhadap trust in organization. Selain itu trust in organization memiliki pengaruh terhadap attitude, subjective norms dan perceived behavioral control. Hasil penelitian ini juga menunjukkan attitude, subjective norms dan perceived behavioral control memiliki pengaruh terhadap money management intention

### Keywords :

communication transparency trust in organization, trust in organization, attitude, subjective norms, perceived behavioral, money management intention

### ABSTRACT

*This study aims to analyze how the influence of organization transparency on trust in organization and how the impact of trust in organization on attitude, subjective norms and perceived behavioral control and how the influence of attitude, subjective norms and perceived behavioral control on money management intention. This study uses a quantitative approach. The sample of this study is private bank employees who are exposed to information related to financial literacy from the Financial Services Authority. The data itself is collected online and offline directly to the respondents in this study. Data analysis was carried out using SEM with the AMOS program. The results showed that communication transparency has an influence on trust in the organization. In addition, trust in the organization has an influence on attitudes, subjective norms and perceived behavioral control. The results of this study also show that attitude, subjective norms and perceived behavioral control have an influence on money management intention*

## PENDAHULUAN

OJK berupaya untuk meningkatkan literasi keuangan dari masyarakat di Indonesia. Salah satunya dengan membentuk *blue print* yang menjadi acuan dari peningkatan literasi keuangan dalam bentuk strategi nasional literasi keuangan yang dilakukan mulai tahun 2013. Terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan oleh OJK dalam melakukan aktivitas untuk meningkatkan literasi keuangan. OJK memanfaatkan berbagai macam media komunikasi untuk membangun *awareness* ataupun edukasi ke publik seperti penggunaan iklan layanan masyarakat, iklan di media cetak, edukasi secara langsung ke media ataupun melakukan *roadshop* ke sekolah dan kampus-kampus dan juga menerbitkan buku terkait dengan literasi keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Dalam melakukan komunikasi, sebuah organisasi perlu untuk memperhatikan adanya transparansi dalam berkomunikasi. Hal ini penting karena transparansi merupakan dasar utama dari pemberian informasi yang substansial dari organisasi kepada publik. Transparansi berkaitan dengan keterbukaan informasi (Yang *et al.*, 2015). Transparansi juga mencakup akuntabilitas, yang mengacu pada pelaporan yang objektif dan berimbang dari aktivitas dan kebijakan organisasi yang membuat organisasi tersebut akuntabel. Akuntabilitas juga mewakili penerimaan tanggung jawab organisasi dan pengurangan masalah, yang merupakan strategi inti untuk komunikasi krisis yang efektif (Grunig & Hunt, 1984). Akuntabilitas, sebagai bentuk transparansi pengambilan keputusan yang demokratis, relevan dalam membuat proses pengambilan keputusan terlihat untuk memastikan pemahaman publik dan menilai hasil (Grimmelikhuijsen *et al.*, 2013). Beberapa penelitian juga telah menekankan pentingnya komunikasi yang transparan dalam organisasi (Kohler and Zerfass, 2019).

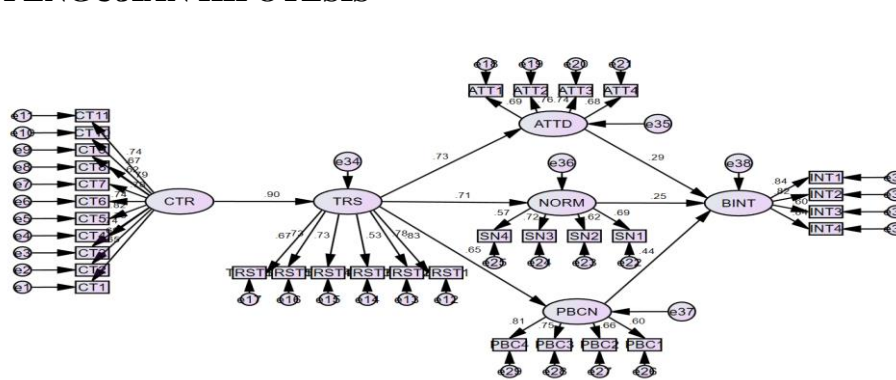
Salah satu dampak dari komunikasi yang transparan merupakan terbentuknya kepercayaan (*trust*). Dalam konteks publik, kepercayaan pada lembaga pemerintah, telah disarankan sebagai prediktor utama yang memajukan agenda organisasi, serta penerapan kebijakan secara efektif dan mempengaruhi hubungan antara warga dan entitas politik secara umum (Kowitt *et al.*, 2017). Kepercayaan publik (*trust*) juga merupakan faktor yang dapat meningkatkan *attitude*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* yang merupakan komponen dari *theory of planned behavior*. Hasil penelitian yang sukses di masa lalu, menyoroti kontribusi *Theory of Planned Behavior (TPB)* di bidang pengelolaan moneter dan bidang terkait lainnya. *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara niat dan perilaku (Rauch & Hulsink, 2015). Niat mengacu pada "indikasi seberapa keras orang mau mencoba, seberapa banyak upaya yang direncanakan untuk melakukan perilaku seperti itu" (Ajzen, 1991). Teori ini melihat niat sebagai hasil dari sikap (*attitude to behavior - ATB*), kontrol perilaku yang dirasakan (*PBC*), dan norma subjektif (*SN*). Penelitian yang dilakukan oleh Chudry, Foxall, dan Pallister (2011) menemukan, bahwa *TPB* dapat secara signifikan memprediksi niat konsumsi utang di antara debitur mahasiswa dan bahwa peningkatan varians dapat dijelaskan oleh variabel yang diperluas, termasuk perilaku masa lalu, keterlibatan keuangan dan gaya pengambilan keputusan individu. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa *intention* yang diprediksi oleh ketiga konstruksinya dapat mengarah pada perilaku keuangan target. Ini termasuk studi tentang rencana pengelolaan hutang (Xiao & Wu, 2008), dan studi tentang perilaku kredit berisiko dan hutang kredit (Xiao, Tang, Serido, & Shim, 2011).

**METODE**

Desain penelitian penelitian ini adalah survei yang datanya akan dipakai untuk pengujian hipotesis (*Hypotheses Testing*). Menurut Sekaran dan Bougie (2013), rancangan penelitian *hypothesis testing* dipergunakan untuk menguji hubungan antar konstruk dalam penelitian. Melalui penelitian ini, peneliti ingin menguji pengaruh antara variabel sehingga digunakan rancangan penelitian *hypothesis testing*. Data dikumpulkan dalam satu kurun waktu saja sehingga jenis dari pengumpulan data bersifat *cross sectional* (Sekaran dan Bougie, 2013).

Populasi dari penelitian ini merupakan karyawan bank swasta yang pernah terpapar komunikasi terkait literasi keuangan dari Otoritas Jasa Keuangan. Tekhnik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana jumlah sampel dalam penelitian ini minimal adalah 5 - 10 kali dari jumlah indikator yang dimiliki, adapun jumlah indikator dalam penelitian ini sebanyak 33 pernyataan sehingga sampel minimal yang diperlukan 165 responden.

**HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS**



**Gambar 1.** Model Struktural

**Tabel 1.** Hasil pengujian hipotesis

Hipotesis	Standardized Estimate	p-value	Keputusan
H1: <i>Communication Transparency</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>public trust in an organization</i>	0.901	0,000	H1 diterima
H2: <i>Publics' trust in an organization</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Attitude</i>	0.728	0,000	H2 diterima
H3: <i>Publics' trust in an organization</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>subjective norms</i>	0.714	0,000	H3 diterima
H4: <i>Publics' trust in an organization</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>perceived behavioral control</i>	0.651	0,000	H4 diterima
H5: <i>Attitude</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>intention</i>	0.291	0,000	H5 diterima

H6: <i>Subjective Norms</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>intention</i>	0.253	0,000	H6 diterima
H7: <i>Perceived behavioral control</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>intention</i>	0.444	0,000	H7 diterima

Dari hasil pengujian hipotesa diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh antara variabel *symmetrical communication* terhadap *communication Transparency* adalah sebesar  $0.000 < 0,05$  dengan nilai *standardized estimate* adalah 0,961. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini didukung yang dapat diartikan peningkatan dari *communication transparency* akan meningkatkan *public trust in an organization*

Dari hasil pengujian hipotesa diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh antara variabel *Publics' trust in an organization* terhadap *Attitude* adalah sebesar  $0.000 < 0,05$  dengan nilai *standardized estimate* adalah 0,728, pengaruh *trust* terhadap *subjectvie norms* 0,000 dengan 0,714 dan terhadap *perceived behavioral control* sebesar 0,000 dengan nilai signifikan sebesar 0,651. Hal ini menunjukan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *trust* terhadap tiga komponen yaitu *attitude*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control*.

Dari hasil pengujian hipotesa diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh antara variabel *Attitude* terhadap *intention* adalah sebesar  $0.000 < 0,05$  dengan nilai pegnaruh sebesar 0,291, Sementara itu pengaruh *subjective norms* sebesar  $0.000 < 0,05$  dengna pengaruh 0,253 dan *perceived behavioral control* terhadap *intention* sebesar  $0.000 < 0,05$  dengan pegnaruh sebesar 0,253. Hal ini menunjukan *attitude*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi *intention*

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Hipotesis pertama menguji pengaruh dari *communication transparency* terhadap *public trust in organization*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *communication transparency* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *public trust in organization*. Hal ini menunjukkan bahwa *communication transparency* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi *public trust in organization*. Komunikasi yang transparan dari organisai dapat diartikan bahwa organisasi dapat memberikan informasi tentang hal-hal yang menjadi perhatian publik. Organisasi publik memiliki tanggung jawab untuk transparan karena terkait dengan kepentingan publik dimana transparansi ini sendiri akan menciptakan partisipasi aktif dari publik dan menjmjin publik mendapatkan informasi yang diperlukan. Ketika organisasi publik memiliki transparansi terhadap publik maka publik akan dapat mempercayai organisasi tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lee dan Li (2021) yang meneliti tentang lembaga pemerintah dalam kaitan selama krisis kepercayaan publik menemukan bahwa komunukasi yang transparan dari lembaga pemerintah memiliki pengaruh terhadap *trust*. Hasil penelitian serupa juga ditemukan oleh Kang (2018) yang menemukan adanya pengaruh dari komunikasi yang transparan terhadap kepercayaan publik. Hasil penelitian serupa juga ditemukan oleh Park dan Blenkinsopp (2011) yang menunjukkan adanya pengaruh dari komunikasi transparan terhadap kepercayaan terhadap lembaga publik.

Hipotesis kedua menguji pengaruh dari *trust in organization* terhadap *attitude*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Publics' trust in an organization* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *attitude*. Hal ini menunjukkan ketika responden percaya terhadap sebuah organisasi maka sikap dari individu akan meningkat. Dalam konteks penelitian ini, kepercayaan terhadap organisasi akan meningkatkan sikap individu terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Kepercayaan kepada lembaga pemerintah aka pada pemerintah meningkatkan kepercayaan individu pada institusi, sehingga meningkatkan legitimasi yang dirasakan dari tindakan pemerintah serta hasil yang diharapkan dari tindakan tersebut atau dalam konteks penelitian ini dapat diartikan bahwa ketika individu merasakan kepercayaan terhadap organisasi yang memberikan informasi terkait pengelolaan keuangan, maka individu tersebut akan memiliki sikap yang lebih kuat terhadap pengelolaan keuangan yang baik. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Lee dan Li (2021) juga menemukan bahwa kepercayaan publik terhadap organisasi pada akhirnya akan meningkatkan sikap (*attitude*). Wang dan Tseng (2011) juga menemukan terdapat pengaruh dari *trust* terhadap *attitude*. Selain itu, penelitian dari Puspita *et al* (2018) juga menunjukkan adanya pengaruh dari *trust* terhadap *attitude*.

Hipotesis ketiga menguji pengaruh dari *trust in organization* terhadap *subjective norms*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Publics' trust in an organization* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *subjective norms*. Hal ini menunjukkan ketika responden percaya terhadap sebuah organisasi maka *subjective norms* dari individu akan meningkat. Penelitian dari Lee dan Li (2021) juga menemukan adanya pengaruh dari *trust* terhadap *subjective norms*. Hasil penelitian dari Kanat dan Ozkan (2009) juga menunjukkan adanya pengaruh dari *trust* terhadap *subjective norms*. Tingkat kepercayaan organisasi yang lebih tinggi dapat mencerminkan nilai-nilai positif dari publik. Persepsi ini mengurangi kemungkinan bahwa orang berusaha untuk berperilaku berbeda atau meningkatkan kemungkinan bahwa orang mematuhi atau mengikuti apa yang dianggap baik oleh orang lain di lingkungan sosial sehingga ketika OJK menyampaikan informasi terkait dengan hal yang baik dalam pengelolaan keuangan maka secara norma individu merasa bahwa hal tersebut merupakan hal yang secara sosial dianggap baik dalam melakukan pengelolaan keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lee dan Li (2021) juga menemukan adanya pengaruh dari *trust* terhadap *subjective norms*. Hasil penelitian dari Kanat dan Ozkan (2009) juga menunjukkan adanya pengaruh dari *trust* terhadap *subjective norms*.

Hipotesis ke empat menguji pengaruh dari *trust in organization* terhadap *perceived behavioral control*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *Publics' trust in an organization* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived behavioral control*. Kepercayaan pada suatu institusi dapat menjadi faktor yang dapat menjadi sumber informasi atau faktor individu ketika dihadapkan pada situasi adanya ketidak pastian sosial dan ada hal-hal yang tidak dapat diduga oleh individu tersebut individu dimana hal tersebut akan memperkuat kontrol yang dimiliki oleh individu atas sebuah tindakan atau perilaku (Pavlou & Fygenson, 2006). Selain itu, kepercayaan pada suatu institusi dapat menunjukkan dukungan atas tindakan dari individu yang dapat memotivasi individu untuk mengatasi hambatan dan melakukan aktivitas sesuai dengan kontrol yang dimilikinya (Hsu *et al.*, 2007). Hasil penelitian dari Kanat dan Ozkan (2009) juga menunjukkan adanya pengaruh dari *trust* terhadap *perceived behavioral control*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh dari Lee dan Li (2021) juga menemukan adanya pengaruh dari *trust* terhadap



*perceived behavioral control*. Hasil penelitian dari Kanat dan Ozkan (2009) juga menunjukkan adanya pengaruh dari *trust* terhadap *perceived behavioral control*.

Hipotesis ke lima menguji pengaruh dari *attitude* terhadap *money management intention*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *attitude* terhadap *money management intention*. Hal ini menunjukkan sikap yang baik terhadap pengelolaan finansial akan cenderung meningkatkan kemauan individu untuk melakukan manajemen keuangan. *TPB* menggambarkan sikap sebagai penentu penting niat individu terhadap perubahan perilaku keuangan. Sikap memanifestasikan perilaku spesifik individu, apakah menyukai atau tidak menyukai hasil tertentu (Ajzen, 2015). Seseorang dapat bereaksi positif terhadap hal tertentu jika mereka menganggapnya baik untuk mereka atau bereaksi sebaliknya (Lajuni *et al.*, 2018) Dengan demikian, penelitian ini memandang individu dengan sikap terhadap pengelolaan keuangan yang baik akan memiliki niat yang lebih tinggi dalam pengelolaan keuangan (Ozmenete, 2011). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Satsion dan Hadjiakis (2018) yang menunjukkan dalam konteks keinginan untuk menabung, ditemukan *attitude* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi *intention* untuk menabung. Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Asandimitra *et al* (2021) juga menunjukkan terdapat pengaruh dari *attitude* terhadap *intention* untuk menabung.

Hipotesis ke enam menguji pengaruh dari *subjective norms* terhadap *money management intention*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *subjective norms* terhadap *money management intention*. Hal ini menunjukkan *subjective norms* yang kuat dirasakan individu akan meningkatkan kemauan individu dalam manajemen keuangan. *TPB* menggambarkan sikap sebagai penentu penting niat individu terhadap perubahan perilaku keuangan. *Subjective norms* dan perilaku dalam *TPB* mampu menyampaikan pesan keuangan untuk mendorong masyarakat mengambil keputusan keuangan yang tepat. Norma sosial merupakan tekanan sosial yang mempengaruhi niat untuk mengubah perilaku keuangan individu. Tekanan dari lingkungan sekitar individu dapat mendorong individu berperilaku sesuai dengan keyakinan normatif orang lain (Ajzen, 2015) Dalam kesempatan tertentu, seseorang dapat merujuk kepada referensi sosial mereka seperti pasangan, keluarga atau teman sebaya untuk mendapatkan pendapat mereka tentang hal tertentu yang dapat mengubah perilaku keuangan mereka. Pengaruh sosial mereka akan tergantung pada siapa referensi sosial yang disukai individu dan kesediaan mereka untuk bertindak sesuai dengan preferensi tersebut (Lajuni *et al.*, 2018). Ajzen (2015) menyatakan norma sosial akan mempengaruhi perilaku dengan mendukung pembentukan keputusan atau niat untuk bertindak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asandimitra *et al* (2021) juga menunjukkan terdapat pengaruh dari *subjective norm* terhadap *intention* untuk menabung.

Hipotesis ke tujuh menguji pengaruh dari *Perceived behavioral control* terhadap *money management intention*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *Perceived behavioral control* terhadap *money management intention*. Hal ini menunjukkan *Perceived behavioral control* yang kuat dirasakan individu akan meningkatkan kemauan individu dalam manajemen keuangan. *Perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap niat pengelolaan keuangan seperti penggunaan kartu kredit. Pemahaman yang buruk atau informasi yang rendah juga mempengaruhi penggunaan kartu kredit. Orang dengan kontrol perilaku yang dirasakan tinggi lebih cenderung memiliki tagihan kartu kredit yang rendah (Magwegwe dan Lim, 2021). *Perceived behavioral control* dalam konteks pengelolaan finansial dapat diartikan sebagai pengetahuan dan kemampuan subyektif dari individu terhadap persoalan

finansial. Dalam hal ini pengetahuan terkait finansial terkait dengan seperti perhitungan tentang dana pensiun yang diperlukan dan penggunaan yang bijak dari kredit dan alokasi pendapatan untuk tabungan (Magwegwe dan Lim, 2021). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Lee dan Li (2021) menemukan adanya pengaruh dari *Perceived behavioral control* terhadap *intention*. Hasil serupa juga ditemukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Magwegwe dan Lim (2021) dan juga Haws *et al* (2012) menunjukkan adanya pengaruh dari *perceived behavioral control* terhadap *intention*.

### KESIMPULAN

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa *Communication transparency* memiliki pengaruh terhadap *trust*. *Trust* sendiri memiliki pengaruh terhadap *attitude*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* dan *attitude*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* memiliki pengaruh terhadap *intention*

### IMPLIKASI MANAJERIAL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *communication transparency* memiliki pengaruh positif terhadap *public trust in organization*. Hal yang dapat disarankan kepada OJK adalah untuk lebih meningkatkan komunikasi yang transparan terhadap publik. Hal yang dapat dilakukan OJK lebih sering memberikan informasi positif dan negatif terkait isu keuangan dan OJK terbuka terhadap kritikan publik. OJK dalam hal ini dapat secara aktif menyebarkan informasi yang positif dan negatif melalui media sosial yang dimiliki baik dari youtube atau Instagram yang memang banyak digunakan oleh generasi milenial.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *trust in organization* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude*, *subjective norms* dan juga *perceived behavioral control*. Oleh karena itu untuk meningkatkan *trust*, hal yang dapat dilakukan adalah OJK dapat memperlakukan semua pihak dengan adil. Dalam hal ini, OJK diharapkan mampu melayani seluruh pihak dari kalangan manapun, dan juga menanggapi isu-isu terkait finansial bukan saja yang besar namun juga yang menyentuh publik secara langsung seperti masalah fintech ilegal yang banyak berdampak pada masyarakat kecil

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *attitude*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* memiliki pengaruh terhadap *intention*. Dalam hal ini, untuk meningkatkan *attitude* OJK perlu memberikan informasi terkait pentingnya menabung dan pengelolaan finansial yang baik untuk individu. Dalam hal *subjective norms* hal yang dapat dilakukan OJK adalah dengan memberikam informasi terkait bagaimana mengelola keuangan yang baik dan juga dapat menunjuk "*brand ambassador*" seperti tokoh publik yang terkenal memiliki pegngalaman pengelolaan keuangan yang baik sehingga dapat menjadi contoh bagi individu dalam pengelolaan keuangan. Dalam kaitan dengan *perceived behavioral control*, pihak OJK dapat memberikan informasi dan juga pelatihan tentang bagaimana teknis pengelolaan keuangan yang baik dalam rentang waktu tertentu, misalkan tahunan atau bulanan, sehingga individu akan lebih percaya diri dan memiliki kendali atau tindakan pengelolaan keuangannya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abrahamse, W., & Steg, L. (2009). How do socio-demographic and psychological factors relate to households' direct and indirect energy use and savings?. *Journal of economic psychology*, 30(5), 711-720.
- Aghion, P., Algan, Y., Cahuc, P., & Shleifer, A. (2010). Regulation and distrust. *The Quarterly journal of economics*, 125(3), 1015-1049.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121-138.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Asandimitra, N., Narsa, I. M., & Irwanto, A. (2021). The effect of money attitude, subjective norm, perceived behavioural control, and perceived risk on millennial's saving intention. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 14(1), 1-14.
- Atkinson, A., & Messy, F. A. (2012). Measuring financial literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) pilot study.
- Bai, H., Wang, J., & Zeng, A. Z. (2018). Exploring Chinese consumers' attitude and behavior toward smartphone recycling. *Journal of cleaner production*, 188, 227-236.
- Barredo Ibáñez, D., Molina Rodríguez-Navas, P., Medranda Morales, N. J., & Rodríguez Breijo, V. (2021). Health Transparency and Communication on the Government Websites of Ibero-American Countries: The Cases of Chile, Colombia, Ecuador, and Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(12), 6222.
- Beaumont, M. A. (1999). Detecting population expansion and decline using microsatellites. *Genetics*, 153(4), 2013-2029.
- Beshi, T. D., & Kaur, R. (2020). Public trust in local government: Explaining the role of good governance practices. *Public Organization Review*, 20(2), 337-350.
- Boonroungrut, C., & Huang, F. (2021). Reforming theory of planned behavior to measure money management intention: a validation study among student debtors. *RAUSP Management Journal*, 56, 24-37.
- Chudry, F., Foxall, G., & Pallister, J. (2011). Exploring attitudes and predicting intentions: Profiling student debtors using an extended theory of planned behavior. *Journal of applied social psychology*, 41(1), 119-149.
- DiStaso, M. W., & Bortree, D. S. (2012). Multi-method analysis of transparency in social media practices: Survey, interviews and content analysis. *Public Relations Review*, 38(3), 511-514.
- Dowling, N., Tim, C., & Hoiles, L. (2009). Financial management practices and money attitudes as determinants of financial problems and dissatisfaction in young male Australian workers. *Journal of financial counseling and planning*, 20(2).
- Fang, W. T., Ng, E., Wang, C. M., & Hsu, M. L. (2017). Normative beliefs, attitudes, and social norms: People reduce waste as an index of social relationships when spending leisure time. *Sustainability*, 9(10), 1696.
- Fiksenbaum, L., Marjanovic, Z., & Greenglass, E. (2017). Financial threat and individuals' willingness to change financial behavior. *Review of Behavioral Finance*.
- Fombrun, C. J., & Rindova, V. P. (2000). The road to transparency: Reputation management at Royal Dutch/Shell. *The expressive organization*, 7, 7-96.
- Gordon, M. T. (2000). Public trust in government: The US media as an agent of accountability?. *International Review of Administrative Sciences*, 66(2), 297-310.



- Grimmelikhuijsen, S. G., Piotrowski, S. J., & Van Ryzin, G. G. (2020). Latent transparency and trust in government: Unexpected findings from two survey experiments. *Government Information Quarterly*, 37(4), 101497.
- Grunig, James E, Hunt, Todd T. 1984. *Managing Public Relations*. United States of America: Harcourt Brace Javanovich College Publisher.
- Guiso, L., Haliassos, M., & Jappelli, T. (Eds.). (2002). *Household portfolios*. MIT press.
- Haws, K. L., Bearden, W. O., & Nenkov, G. Y. (2012). Consumer spending self-control effectiveness and outcome elaboration prompts. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(5), 695-710.
- Hayhoe, C. R., Cho, S. H., DeVaney, S. A., Worthy, S. L., Kim, J., & Gorham, E. (2012). How do distrust and anxiety affect saving behavior?. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 41(1), 69-85.
- Hood, C., & Heald, D. (2006). *Transparency: The key to better governance?* (Vol. 135). Oxford University Press for The British Academy.
- Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., & Chang, C. M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International journal of human-computer studies*, 65(2), 153-169.
- Jung, Y.-d., & Sea, Y. S. (2012). The public's declining trust in government in Korea. *Meiji Journal of Political Science and Economics*, 1, 36-48
- Kanat, I. E., & Özkan, S. (2009). Exploring citizens' perception of government to citizen services: A model based on theory of planned behaviour (TBP). *Transforming Government: People, Process and Policy*.
- Kang, M., Kim, J. R., & Cha, H. (2018). From concerned citizens to activists: A case study of 2015 South Korean MERS outbreak and the role of dialogic government communication and citizens' emotions on public activism. *Journal of Public Relations Research*, 30(5-6), 202-229.
- Khaerani, A. N. (2018). pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap niat beli produk pada umkm center kota tarakan. *Jurnal Ekonomika*, 9(2).
- Kim, Y. (2018). Enhancing employee communication behaviors for sensemaking and sensegiving in crisis situations: Strategic management approach for effective internal crisis communication. *Journal of Communication Management*.
- Kisaka, S. E., & Mwewa, N. M. (2014). Effects of micro-credit, micro-savings and training on the growth of small and medium enterprises in Machakos County in Kenya. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(7), 43-49.
- Köhler, K., & Zerfass, A. (2019). Communicating the corporate strategy: An international benchmark study in the UK, the USA, and Germany. *Journal of Communication Management*.
- Kowitt, S. D., Schmidt, A. M., Hannan, A., & Goldstein, A. O. (2017). Awareness and trust of the FDA and CDC: Results from a national sample of US adults and adolescents. *PloS one*, 12(5), e0177546.
- Ksendzova, M., Donnelly, G. E., & Howell, R. T. (2017). A brief money management scale and its associations with personality, financial health, and hypothetical debt repayment. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 28(1), 62-75.
- Kwok, C., & Chan, N. K. (2021). Towards a political theory of data justice: a public good perspective. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*.
- Lajuni, N., Bujang, I., Karia, A. A., & Yacob, Y. (2018). Religiosity, financial knowledge, and financial behavior influence on personal financial distress among millennial generation. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2), 92-98.

- Lee, Y., & Li, J. Y. Q. (2020). The value of internal communication in enhancing employees' health information disclosure intentions in the workplace. *Public relations review*, 46(1), 101872.
- Lee, Y., & Li, J. Y. Q. (2021). The role of communication transparency and organizational trust in publics' perceptions, attitudes and social distancing behaviour: A case study of the COVID-19 outbreak. *Journal of Contingencies and Crisis Management*.
- Lusardi, A., & Tufano, P. (2015). Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *Journal of Pension Economics & Finance*, 14(4), 332-368.
- Lusardi, A., Michaud, P. C., & Mitchell, O. S. (2017). Optimal financial knowledge and wealth inequality. *Journal of Political Economy*, 125(2), 431-477. Laily, N. (2016).
- Magwegwea, F. M., & Lim, H. (2020). Factors Associated With the Ownership of Individual Retirement Accounts (IRAs): Applying the Theory of Planned Behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*.
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat literasi keuangan pada mahasiswa S-1 fakultas ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 76-85.
- Men, L. R. (2014). Internal reputation management: The impact of authentic leadership and transparent communication. *Corporate reputation review*, 17(4), 254-272.
- Meredith, L. S., Eisenman, D. P., Rhodes, H., Ryan, G., & Long, A. (2007). Trust influences response to public health messages during a bioterrorist event. *Journal of health communication*, 12(3), 217-232.
- Mohammed, R. (2014). Organization-public relationships practices in university setting. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 155, 484-489.
- OECD, O. (2013). Trust in government, policy effectiveness and the governance agenda. *Government at a Glance*, 2013.
- Olafsson, A., & Pagel, M. (2017). *The ostrich in us: Selective attention to financial accounts, income, spending, and liquidity* (No. w23945). National Bureau of Economic Research.
- Park, H., & Blenkinsopp, J. (2011). The roles of transparency and trust in the relationship between corruption and citizen satisfaction. *International Review of Administrative Sciences*, 77(2), 254-274.
- Pavlou, P. A., & Fygenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS quarterly*, 115-143.
- Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan. *Journal of Accounting and Business Education*, 1(4).
- Popovski, V. (2010). Conclusion: Trust is a must in government. *Teoksessa G. Shabbir Cheema ja Vesselin Popovski (toim.) Building Trust in Government: Innovations in Governance Reform in Asia*, 234-239.
- Porumbescu, G. A. (2013). Assessing the link between online mass media and trust in government: Evidence from Seoul, South Korea. *Policy & Internet*, 5(4), 418-443.
- Purwantini, F., & Tripalupi, L. E. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 48-55.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: America's declining social capital. In *Culture and politics* (pp. 223-234). Palgrave Macmillan, New York.

- Quinn, S. C., Parmer, J., Freimuth, V. S., Hilyard, K. M., Musa, D., & Kim, K. H. (2013). Exploring communication, trust in government, and vaccination intention later in the 2009 H1N1 pandemic: results of a national survey. *Biosecurity and bioterrorism: biodefense strategy, practice, and science*, 11(2), 96-106.
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of management learning & education*, 14(2), 187-204.
- Refera, M. K., Dhaliwal, N. K., & Kaur, J. (2016). Financial literacy for developing countries in Africa: A review of concept, significance and research opportunities. *Journal of African Studies and development*, 8(1), 1-12.
- Sarnovics, A., Mavlutova, I., Peiseniece, L., & Berzina, S. (2016). Financial literacy enhancement as a task of financial education for Latvian population. In *Business Challenges in the Changing Economic Landscape-Vol. 2* (pp. 365-389). Springer, Cham.
- Satsios, N., & Hadjidakis, S. (2018). Applying the Theory of Planned Behaviour (TPB) in saving behaviour of Pomak households. *International Journal of Financial Research*, 9(2), 122-133.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan
- Sreen, N., Purbey, S., & Sadarangani, P. (2018). Impact of culture, behavior and gender on green purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 177-189.
- SteelFisher, G. K., Blendon, R. J., Bekheit, M. M., & Lubell, K. (2010). The public's response to the 2009 H1N1 influenza pandemic. *New England Journal of Medicine*, 362(22), e65.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sundarasan, S. D. D., Rahman, M. S., Othman, N. S., & Danaraj, J. (2016). Impact of financial literacy, financial socialization agents, and parental norms on money management. *Journal of Business Studies Quarterly*, 8(1), 137.
- Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial economics*, 101(2), 449-472.
- Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial economics*, 101(2), 449-472.
- Vaughan, E., & Tinker, T. (2009). Effective health risk communication about pandemic influenza for vulnerable populations. *American journal of public health*, 99(S2), S324-S332.
- Vaughan, E., Tinker, T. L., Truman, B. I., Edelson, P., & Morse, S. S. (2012). Predicting response to reassurances and uncertainties in bioterrorism communications for urban populations in New York and California. *Biosecurity and bioterrorism: biodefense strategy, practice, and science*, 10(2), 188-202.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 153-163.
- Widjaja, I., Arifin, A., & Setini, M. (2020). The effects of financial literacy and subjective norms on saving behavior. *Management Science Letters*, 10(15), 3635-3642.

- Xiao, J. J., & Wu, J. (2008). Completing debt management plans in credit counselling: An application of the theory of planned behaviour. *Journal of Financial Planning and Counseling*, 19(2), 29-45.
- Xiao, J. J., Tang, C., Serido, J., & Shim, S. (2011). Antecedents and consequences of risky credit behavior among college students: Application and extension of the theory of planned behavior. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(2), 239-245.
- Xu, L., & Zia, B. (2012). Financial literacy around the world: an overview of the evidence with practical suggestions for the way forward. *World Bank Policy Research Working Paper*, (6107).
- Yang, S. U., & Lim, J. S. (2009). The effects of blog-mediated public relations (BMPR) on relational trust. *Journal of public relations research*, 21(3), 341-359.
- Yang, S. U., Kang, M., & Cha, H. (2015). A study on dialogic communication, trust, and distrust: Testing a scale for measuring organization–public dialogic communication (OPDC). *Journal of Public Relations Research*, 27(2), 175-192.
- Yap, R. J. C., Komalasari, F., & Hadiansah, I. (2018). The effect of financial literacy and attitude on financial management behavior and satisfaction. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 23(3), 4.
- Yousaf, M., Ihsan, F., & Ellahi, A. (2016). Exploring the impact of good governance on citizens' trust in Pakistan. *Government Information Quarterly*, 33(1), 200-209.
- Yzer, M. (2012). Perceived behavioral control in reasoned action theory: A dual-aspect interpretation. *The annals of the American academy of political and social science*, 640(1), 101-117.