

## Mental Accounting dan Heuristik: Fenomenologi pada Kolektor Merchandise

Melissa Christy Ferrary\*, Syarbini Ikhsan, Khristina Yunita, Nina Febriana Dosinta, Fera Damayanti

Program Studi Magister Akuntansi, Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia

\*Corresponding Author: b2091231004@student.untan.ac.id

### ABSTRACT

*The entertainment industry is starting to present various types of merchandise to pamper fans who are members of a community. The consumptive nature of merchandise collectors can have a negative impact if it cannot be controlled properly. This research aims to understand how mental accounting and heuristics are applied to anime merchandise collectors in managing finances and making purchasing decisions. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach. The data collection techniques used in this research are structured interviews and in-depth observation. This research uses data analysis techniques in the form of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research show that anime merchandise collectors have applied mental accounting and heuristics to managing their finances and in making purchasing decisions. Of the eight informants interviewed, each had their own way of managing their finances but had the same goal, namely being able to control impulsive buying.*

### Article History:

Received 2024-10-03

Accepted 2024-11-26

### DOI :

10.56916/jimab.v3i3.1009

**Keywords:** Mental Accounting, Heuristics, Financial Management, Purchasing Decision Making

## PENDAHULUAN

Pada era media saat ini, terdapat banyak media yang menghadirkan berbagai bentuk budaya dengan memperkenalkan suatu bentuk komunitas. Salah satunya adalah komunitas penggemar anime. Anime itu sendiri berarti animasi yang berasal dari Jepang yang dideskripsikan dengan ilustrasi-ilustrasi yang menayangkan karakter atau figur dalam beragam tema dan cerita (Aghnia, 2012). Dalam industri anime yang mulai merambah dunia hiburan di Indonesia, *merchandise* yang dihadirkan oleh seri-seri anime mulai memasuki pasar Indonesia. Para penggemar dengan tidak segan membeli semua *merchandise* yang berhubungan dengan anime kesukaannya walaupun harga yang ditawarkan terbilang tidak murah.

Sikap seperti ini merupakan salah satu bentuk perilaku konsumtif. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang dilakukan tanpa melalui pertimbangan yang matang untuk kepuasan diri sendiri (Anjani & Astiti, 2020). Para penggemar anime yang tergabung dalam komunitas kolektor mengoleksi *merchandise* bertema anime yang dilakukan semata-mata karena ingin mengekspresikan kegemarannya terhadap

anime dengan tidak ragu-ragu untuk mengeluarkan uang secara berlebihan dan secara spontan tanpa pemikiran yang lebih matang demi membeli *merchandise* favoritnya.

Fenomena ini hendaknya tidak berdampak buruk terhadap pengelolaan keuangan seseorang, oleh karena itu dibutuhkan kemampuan dalam mengelola keuangan secara bijak sehingga terhindar dari situasi yang menyulitkan di kemudian hari. Teori yang dapat membantu dan mendukung pola pemikiran konsumtif seperti ini yaitu teori *mental accounting*. Thaler menjelaskan bahwa konsep dari *mental accounting* inilah yang menjadi titik awal seseorang dalam melakukan pengelolaan pengeluaran dengan cara mengkategorikan setiap kebutuhan ke dalam pos-pos yang berbeda (Thaler, 2008). *Mental accounting* yang terjadi dapat membawa seseorang ke dalam perilaku konsumtif dan dapat dijadikan sebagai perangkat pengendalian diri (Insani *et al.*, 2018). *Mental accounting* dapat memiliki peran sebagai *self-control* seseorang untuk mencegah adanya *overspending* dalam pengeluarannya (Brata *et al.*, 2022). Dengan menerapkan *mental accounting*, seseorang dapat melakukan pengklasifikasian atas pengeluaran mereka dengan bijak apabila pemasukan tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhannya (Arafah *et al.*, 2023). Namun sebaliknya, generasi muda cenderung tidak memahami konsep *mental accounting*. Terutama pada kondisi apabila mereka mendapatkan pemasukan lebih di luar pemasukan inti, mereka akan langsung menggunakannya untuk konsumsi di luar perencanaan mereka (Syaputri & Pradesyah, 2023).

Pengambilan keputusan pembelian menjadi faktor yang sangat penting dalam manajemen keuangan berkaitan dengan *mental accounting* seseorang. Teori yang dapat dijadikan acuan dalam proses pengambilan keputusan yaitu teori *heuristik*, Dimana teori ini mengacu pada aturan praktis yang digunakan individu dalam proses pengambilan keputusan di lingkungan yang kompleks dan tidak pasti (Shaleha *et al.*, 2022). Kolektor *merchandise* sering dihadapkan pada situasi yang kompleks, seperti beragam pilihan barang dan informasi yang kurang lengkap. Pada kondisi inilah *heuristik* membantu para kolektor untuk menyaring informasi dan membuat keputusan yang lebih cepat, meskipun terkadang bisa mengarah pada bias dan kesalahan (Insani *et al.*, 2018). ). Teori *heuristik* dapat membantu individu untuk lebih fokus pada informasi yang penting dan mengabaikan informasi yang kurang penting.

Alasan dan motivasi kolektor dalam mengambil keputusan pembelian dalam kondisi seperti ini didasari oleh teori yang disebut *Theory of Reasoned Action* (TRA). Teori ini menggambarkan perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh niat dari norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku seseorang (Binha *et al.*, 2020). Teori TRA memiliki dua komponen utama, yaitu *attitude* (sikap) dan *subjective norms* (norma subjektif). Komponen sikap mengacu pada bagaimana cara individu menilai suatu perilaku dengan memperhitungkan dampak baik dan buruknya atas konsekuensi yang diterima dari perilaku tersebut (Caroline, 2021). Sedangkan komponen norma subjektif meliputi tekanan sosial di mana individu mempertimbangkan tentang penilaian orang lain terhadap perilaku yang ia perbuat. Perilaku seseorang dapat diprediksi dengan mempertimbangkan dan mengevaluasi sikap individu terhadap perilaku dan norma subjektif (Widianto & Wiryawan, 2024). Dengan teori ini, kita dapat melihat bagaimana keputusan kolektor *merchandise* anime terbentuk melalui proses yang kompleks. *Heuristik* membantu kolektor membuat keputusan yang cepat berdasarkan pengalaman dan informasi

yang terbatas, sedangkan mental accounting memungkinkan mereka dalam pengelolaan keuangan.

Fenomena mental accounting dan heuristik sangat menarik untuk diteliti. Penelitian-penelitian sebelumnya mengungkap fakta mental accounting yang saling berbeda yang berkaitan dengan keputusan untuk berhemat, menabung, investasi, maupun keputusan pembelian produk dan pemilihan skema pembayaran. Perbedaan ini menjadi celah (*gap*) bagi penelitian ini untuk memahami mental accounting dan heuristik di balik perilaku konsumtif pada komunitas kolektor *merchandise*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam mengenai perspektif kolektor *merchandise* anime dalam mengatur kegiatan finansialnya sekaligus menyikapi mental accounting dalam pengambilan keputusan pembelian berdasarkan teori heuristik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya teori-teori akuntansi dalam konteks pemahaman mengenai penerapan teori mental accounting dan heuristik. Penulis berharap agar penelitian dapat digunakan oleh para konsumen khususnya kolektor *merchandise* anime sebagai sumber informasi tentang gambaran fenomena yang terjadi pada industri ini sehingga lebih berhati-hati dalam pengelolaan keuangan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk mendapatkan gambaran pengambilan keputusan yang mengacu pada pengalaman masing-masing partisipan. Pendekatan fenomenologi menilai secara lebih dekat dan lebih dalam tentang cara informan berbagi pengalaman mereka. Hal ini bertujuan untuk mengeksplorasi kesadaran setiap informan atas pengalaman yang dialami dalam suatu kondisi yang sedang diteliti (Arafah *et al.*, 2023).

Informan penelitian ini terdiri dari 8 orang yang tergabung dalam komunitas kolektor *merchandise* anime pada aplikasi X (*twitter*). Kriteria yang dipilih yaitu kolektor yang aktif berbelanja *merchandise* anime tiga bulan terakhir ini dan berusia 17 sampai dengan 40 tahun, baik itu sudah bekerja maupun belum bekerja. 8 orang yang terpilih untuk menjadi informan dibagi menjadi empat kategori, yaitu:

1. Dua orang informan yang tidak bekerja dan belum menikah.  
Peneliti memilih kategori ini dengan dasar kolektor yang belum bekerja dan belum menikah hanya memiliki satu sumber penghasilan, yaitu bersumber dari keluarga saja, serta tidak memiliki tanggungan lain.
2. Dua orang informan yang tidak bekerja dan sudah menikah.  
Seseorang yang tidak bekerja namun sudah menikah, tentunya juga memiliki satu sumber penghasilan, yaitu dari pasangan. Kategori ini memungkinkan kondisi dimana informan memiliki tanggungan lain, yaitu anak.
3. Dua orang informan yang bekerja dan belum menikah.

Peneliti memilih kategori ini dengan pertimbangan bahwa seseorang yang sudah bekerja namun belum menikah tentunya dapat mengatur keuangannya secara leluasa karena penghasilan yang didapat merupakan hasil jerih payah sendiri dan dapat dinikmati sendiri.

4. Dua orang informan yang bekerja dan sudah menikah.

Alasan peneliti memilih kategori ini karena seseorang yang bekerja dan sudah menikah akan berada dalam kondisi di mana sumber penghasilan dari dua sisi, yaitu dari pekerjaan sendiri dan dari pasangan. Meskipun ada tanggungan lain yang dimiliki, namun kategori ini cukup mencerminkan pribadi yang stabil dalam perihal keuangan.

Gambaran umum mengenai profil informan digambarkan pada Tabel 1 dengan menggunakan nama samaran.

Tabel 1. Data Informan

No	Nama Samaran	Jenis Kelamin	Status	Sumber Penghasilan
1	Cae	Perempuan	Tidak bekerja, belum menikah	Orang tua
2	Lou	Perempuan	Tidak bekerja, belum menikah	Orang tua
3	Momo	Perempuan	Tidak bekerja, sudah menikah	Partner / suami
4	Yeje	Perempuan	Tidak bekerja, sudah menikah	Partner / suami
5	Fubblez	Perempuan	Bekerja, belum menikah	Pekerjaan
6	Tayo	Perempuan	Bekerja, belum menikah	Pekerjaan
7	El	Perempuan	Bekerja, sudah menikah	Pekerjaan
8	Ambar	Perempuan	Bekerja, sudah menikah	Pekerjaan

Sumber: Data Olahan (2024)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer yang digunakan yaitu berupa informasi dari 8 orang informan melalui proses wawancara secara daring dengan sejumlah pertanyaan yang terstruktur. Sedangkan data sekunder berupa dokumentasi dan studi kepustakaan melalui media cetak dan media internet yang didapatkan dari buku, jurnal penelitian terdahulu, serta unggahan media sosial dari setiap informan.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara melalui daring serta observasi melalui pengamatan terhadap perilaku konsumtif partisipan dari unggahan akun X (*twitter*) mereka. Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara berkaitan dengan pendekatan penelitian dan dimaksudkan untuk mengumpulkan dan mempelajari informasi yang diperlukan.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang objek yang diteliti dengan mengorganisasikan data dari sumber yang didapatkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Heuristik dalam Keputusan Pembelian

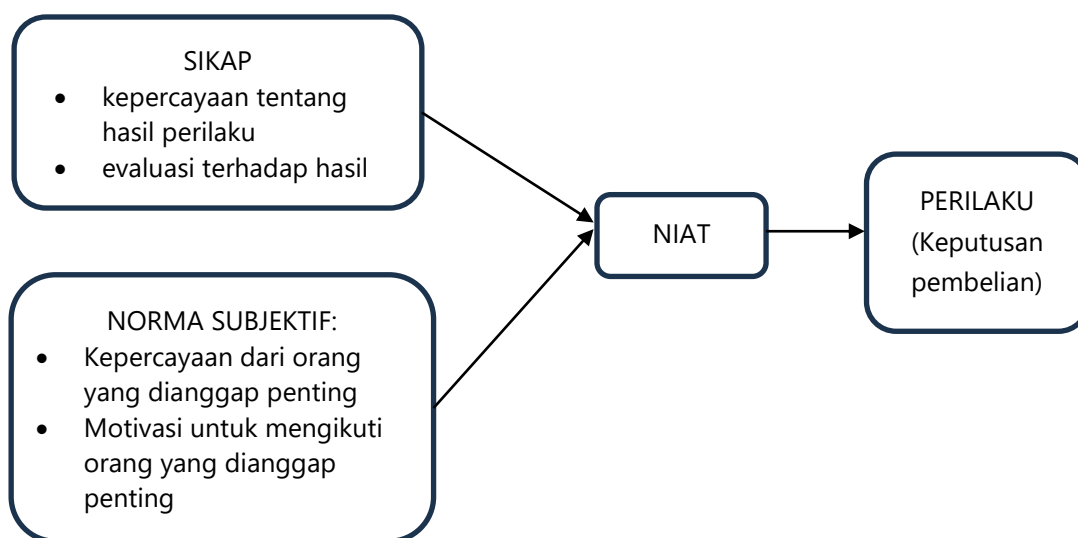
Peneliti melakukan wawancara dengan menggunakan bantuan skema *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang ditunjukkan pada Gambar 1 dalam menyusun daftar pertanyaan yang diberikan pada seluruh informan secara terstruktur. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada delapan orang kolektor *merchandise* anime yang menjadi informan penelitian ini, dapat diketahui bahwa mereka menunjukkan sikap atas kegiatan pembelian ini sebagai bentuk dukungan mereka kepada diri sendiri demi memenuhi kepuasan

pribadi mereka. Seperti yang diungkapkan oleh ketiga informan berikut dalam menggambarkan manfaat mengoleksi *merchandise*:

"Mood booster!! Jadi ada perasaan semangat *nunggu* paket, *ngatur display* ato sekedar foto-foto. Selain itu mungkin jadi tertarik belajar bahasa Jepang, jadi berbuah kegiatan positif yang lain" (El).

"It giving happiness and satisfaction, also deeply affect my mood for the day especially when the merch I've been waiting for months finally arrived" (Momo).

"Menjadi sumber *healing*, menata *display*, foto-foto merch, dan *meetup* dengan teman collector" (Yeje).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

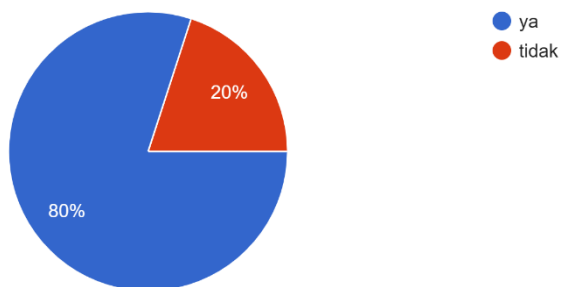
Namun kegiatan ini juga memiliki dampak buruk yang dirasakan oleh para informan, diantaranya yaitu menjadi pribadi yang boros dan cenderung *impulsive buying*, hal ini ditunjukkan oleh pernyataan dari Cae:

"Aku jadi orang yang *money conscious bangeett*, kayak *damn.....* Apa-apa *bener diitung*, jadi seolah kegiatan *collecting* ini kontribusi ke *tendensi anxietyku*" (Cae).

Selain dari sikap terhadap perasaan pribadi masing-masing, para informan beranggapan bahwa faktor eksternal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Lima dari tiga orang informan menjawab bahwa teman sesama komunitas dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Apabila orang lain membeli suatu jenis *merchandise*, secara tidak sadar informan akan mengikuti untuk melakukan hal yang sama.

Namun ada kalanya para informan memutuskan untuk tidak melakukan pembelian. Para informan mengatakan bahwa faktor yang menyebabkan mereka tidak membeli *merchandise* tersebut yaitu karena tidak sesuai dengan selera mereka dan bukan merupakan prioritas mereka. Pernyataan ini merupakan bentuk perilaku yang dihasilkan dari proses evaluasi para informan dalam menginterpretasikan teori TRA.

## Mental Accounting dalam Pengelolaan Keuangan



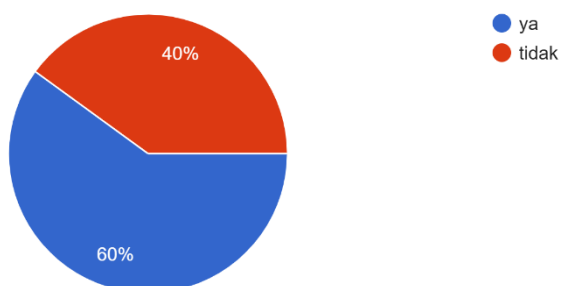
Gambar 2. Persentase Pemisahan Anggaran oleh Informan  
Sumber: Data Olahan (2024)

Di sisi lain, para informan menunjukkan kemampuannya dalam memahami mental accounting mereka. Dari kedelapan informan, 80% mengaku telah membuat pemisahan anggaran dari penghasilan per bulannya seperti yang digambarkan pada Gambar 2. Pos-pos yang dibuat dalam alokasi pemisahan anggaran tersebut diantaranya terdiri dari uang jajan, kebutuhan rumah, kebutuhan pribadi, investasi, dana darurat, dan juga tabungan. Meskipun cara yang digunakan cukup sederhana seperti pencatatan di telepon seluler ataupun di Microsoft Excel, namun para informan menunjukkan sifat kehati-hatiannya dalam mengelola keuangan. Hal ini ditunjukkan dengan keputusan para informan dalam kondisi apabila mereka menerima pemasukan ekstra di luar dari penghasilan inti. Seperti yang dikatakan oleh tiga informan berikut:

"(Kalau ada dana ekstra) dimasukkan ke dalam tabungan dana darurat" (Ambar).

"*Depend on how much, usually I'll spend half (or more), the rest will go on saving*" (Momo).

"Tergantung nominal. Kalo extra under 1 juta, dipake jajan. Up 1 juta masuk tabungan" (Fubblez).



Gambar 3. Persentase Anggaran Khusus untuk Pembelian *Merchandise* oleh Informan  
Sumber: Data Olahan (2024)

Dalam hal pemisahan pos khusus pembelian *merchandise* anime, 60% dari delapan informan memiliki anggaran khusus, sedangkan sisanya tidak, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3. Apabila anggaran yang telah dipisahkan tersebut telah habis, para informan akan

mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian lagi pada periode tersebut. Hal ini ditunjukkan dari jawaban Yeje dan Tayo:

"Sebelum *budget* habis atau merasa pengeluaran sudah berlebihan, stop beli *merch* dulu, *slow down*.. Aku loh selektif, *iki wes ngerem kok*." (Yeje).

"(Beli *merchandise* nya) berhenti pelan-pelan" (Tayo).

Dalam kondisi anggaran yang telah melewati batas pada pos pembelian *merchandise*, peneliti melontarkan pertanyaan mengenai silang anggaran, tiga dari delapan informan mengaku tidak pernah melakukan silang anggaran. Tentunya dengan kondisi yang seperti ini, informan harus bisa mengendalikan sikapnya untuk tidak terpengaruh dari faktor eksternal. Hal ini tercermin dari jawaban Lou, dimana dia termasuk informan yang tidak melakukan silang anggaran.

"Jadi *kalo gak* beli, *mostly* menyesal tapi *gak* jarang juga *seneng* karena berhasil menahan diri" (Lou).

### Evaluasi Mental Accounting dan Heuristik

Dari pemahaman mengenai mental accounting dan heuristik yang diterapkan oleh para informan, peneliti ingin mengetahui mengenai proses evaluasi yang dilakukan informan dalam mengelola keuangannya untuk di periode yang akan datang. Berikut merupakan kutipan tiga orang informan mengenai pertanyaan tersebut:

"Selama rekkening tabungan aman tak terambil sudah dianggap sukses untuk bulan itu" (Fubblez).

"Cek *monthly statement*. Biasanya *kalo* liat banyak keluar buat jajan, diusahakan bulan depan jatah investasi dinaikkan atau *set* minimum jumlah saldo. *Kalo* sudah sampai batas minimum, stop jajan" (El).

"Sering *dioverthink* malah, *hadeh*.. dengan cara *re-prioritize* mana yang beneran *wishlist* dan cuma goyah karena *merchnya* cantik banget.. Udah diniatin perbaikan tapi sejauh ini yaa masih nihil (astagfirullah).. tapi setidaknya udah *nggak se-impulsif* waktu awal-awal *collect merch*" (Cae).

Secara keseluruhan, tindakan evaluasi dalam mental accounting dan heuristik ini dapat membantu meningkatkan *self-control* dengan perilaku dalam pengambilan keputusan secara bijak dan disiplin. Hal ini dicerminkan dari pernyataan para informan yang cukup menarik apabila dihadapkan pada kondisi tidak melakukan pembelian *merchandise*:

"Kebanyakan aku *ngerasa* lega, cuma di beberapa situasi aja aku *nyesel meski* bukan yang panik banget" (Cae).

"Rasa lega karena tidak semua *merch* harus dimiliki" (Tayo).

"*Mostly* menyesal tapi *gak* jarang juga *seneng* karena berhasil menahan diri" (Lou).

"Puas karena bisa menahan nafsu" (Ambar).

Dengan adanya mental accounting, para informan berpendapat kegiatan evaluasi seperti ini sangat bermanfaat dalam mencegah menjadi pribadi yang boros dan menghabiskan uang



demi kegiatan yang tidak perlu. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa gaya hidup berdampak terhadap pengelolaan keuangan, serta dapat lebih memprioritaskan kebutuhan yang mendesak dan menyisihkan dana untuk ditabung (Yuniarsih et al., 2024). Oleh karena itu, hendaknya pribadi dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan khususnya dalam pengelolaan keuangan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pada alam bawah sadar kita terdapat pemahaman mengenai mental accounting dan heuristik yang tanpa sengaja diterapkan oleh kita sebagai individu yang senantiasa melakukan kegiatan pembelian, baik dalam pengambilan keputusan, maupun dalam konteks pengelolaan keuangan. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada komunitas kolektor *merchandise* anime, terlihat bahwa pemisahan anggaran telah dilakukan demi mengatur pengeluaran khususnya untuk pembelian *merchandise* anime. Penerapan mental accounting ini dapat dijadikan sebagai pedoman para informan dalam mengelola penghasilan setiap periodenya. Dimana mereka akan berhenti melakukan pembelian apabila anggaran yang telah dipisahkan sudah melampaui batas, selain itu mereka dapat dengan bijak menyisihkan pemasukan ekstra ke dalam pos tabungan.

Hal ini didukung oleh teori heuristik yang diterapkan dalam mengevaluasi dan mencerna faktor-faktor baik dari sisi internal maupun sisi eksternal. Apabila para informan merasa tidak tertarik pada suatu jenis *merchandise*, maka mereka dapat mengambil keputusan yang tepat. Begitu pula dengan adanya pengaruh dari teman sesama komunitas kolektor, para informan sudah cukup dapat mengendalikan dirinya untuk tidak mengikuti arus yang membuat mereka lepas kendali hingga menyebabkan kerugian pada dirinya. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa kolektor *merchandise* anime yang dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini sudah cukup baik dalam pengelolaan keuangannya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang hendaknya dapat diperbaiki untuk penelitian berikutnya, yaitu kurang fokusnya sumber informan yang dipilih. Pengklasifikasian dan pemilihan kategori informan yang ditetapkan terlalu luas sehingga analisis pada setiap informan kurang mendalam. Adapun saran untuk penelitian selanjutnya yaitu disarankan untuk menggunakan subjek penelitian lainnya dengan menggunakan teori perspektif yang berbeda untuk melihat dan mengamati praktik para konsumen dalam memenuhi kebutuhannya serta mengelola keuangannya.

## REFERENSI

- Aghnia, M. C. (2012). Perancangan Anime Community Center. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni rupa Dan Desain*, 1(1), 1–6.
- Anjani, P. S., & Astiti, D. P. (2020). Hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi Jepang (anime) di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1, 144–155. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/57813>
- Arafah, A., Ginting, R., & Yunita, K. (2023). Perilaku Mental Accounting Dalam Mengelola Daily



- Expenses: Sebuah Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa. *Accounting Research Unit (ARU Journal)*, 4(1), 12–18. <https://doi.org/10.30598/arujournalvol4iss1pp12-18>
- Binha, V. T. T., Tranb, N. M., Thanhc, D. M., & Phamd, H. H. (2020). Firm size, business sector and quality of accounting information systems: Evidence from Vietnam. *Accounting*, 6(3), 327–334. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.2.002>
- Brata, H., Hartiningsih, D. M., & Dosinta, N. F. (2022). Malleable Mental Accounting Dan Makna Kebahagiaan Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(1), 16–31. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2021.13.1.02>
- Caroline, C. C. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam. *Keunis*, 9(2), 160. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2819>
- Insani, N., Suseno, N., & Romdhon, M. (2018). Mental Accounting dan Heuristik Dalam Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 03(02), 078–085.
- Shaleha, W. M., Asy Ari Adnan Hakim, A., Ramla, S., Kendari Jati Mekar, M., & Muhammad Dahlan, J. K. (2022). Pengaruh Anchoring Bias Dan Loss Aversion Terhadap Keputusan Investasi Investor Di Mnc Trade Syariah Kota Kendari. *Pengaruh Anchoring Bias Dan Loss Aversion...*, 4(2), 286–305.
- Syaputri, C. F., & Pradesyah, R. (2023). *Al-Sharf Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*. 4(2), 151–164.
- Thaler, R. (2008). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 27(1), 15–25. <https://doi.org/10.1287/mksc.1070.0330>
- Widianto, D., & Wiryawan, D. (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Niat Penggunaan Kembali Dompot Digital Linkaja Di Kota Bandarlampung. *RAUNG: Research Accounting and Auditing Journal*, 1(2), 46–61. <https://insightasia.com/>
- Yuniarsih, E., Tiarani, R., Fariyanda, R., Raki, E. Y. A., & Damayanti, F. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Mental Accounting Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Penerima KIP Kuliah (Studi Kasus: Mahasiswa FEB UNTAN). *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura*, 13(1), 111–137. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v13i1.81912>