BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Telaah Pustaka

2.1.1. *Impulsive Buying*

Impulsive Buying (Pembelian Impulsif) umumnya disebabkan oleh dorongan kuat dalam diri individu tanpa perencanaan atau pertimbangan yang matang. Contoh dalam membeli sebuah barang atau produk dengan secara spontan tanpa melibatkan pemikiran yang matang. *Impulsive buying* dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli barang secara spontan, refleksi, tanpa banyak pertimbangan, segera, dan dinamis (Masdiana, 2022). Seorang cenderung berperilaku *impulsive buying* karena beberapa faktor, diantaranya tingkat pendapatan dan *locus of control*.

Menurut Lewi (2022) *impulsive buying* dapat dikategorikan menjadi 4 (empat), yaitu:

a. *Pure Impulse* (Impuls Murni). Pembelian yang terjadi karena dorongan emosi yang kuat, sehingga konsumen membeli produk di luar kebiasaan mereka.
b. *Suggestion Impulse* (Impuls Saran). Pembelian yang dilakukan ketika konsumen melihat produk, memahami cara penggunaannya atau manfaatnya, dan kemudian merasa membutuhkannya sehingga memutuskan untuk membeli.

c. *Reminder Impulse* (Impuls Pengingat). Pembelian yang dilakukan ketika konsumen tiba-tiba teringat untuk membeli produk tertentu.
d. *Planned Impulse* (Impuls Terencana). Pembelian yang dilakukan ketika konsumen masuk ke toko atau mall dengan harapan memanfaatkan diskon, kupon, dan sebagainya tanpa merencanakan produk yang akan dibeli sebelumnya.

Dengan mencegah terjadinya perilaku *impulsive buying* merupakan bentuk usaha untuk mengurangi masalah pada keuangan pribadi. Pencegahan ini dapat dilakukan apabila setiap individu memiliki pengetahuan yang memadai tentang keuangan dan mampu mengendalikan diri agar tidak sembarangan dalam mengambil keputusan.

2.1.2. Tingkat Pendapatan

Pada umumnya pendapatan didefinisikan sebagai suatu penghasilan yang diterima atau dihasilkan oleh seseorang dalam periode tertentu. Pendapatan juga dapat diartikan sebagai penghasilan dari gaji atau kompensasi dari usaha yang diperoleh individu atau kelompok dalam sebulan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Lewi, 2022). Pendapatan ini mencakup gaji dan upah, penghasilan dari usaha sendiri, serta penghasilan dari usaha lainnya. Pendapatan yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa gaji pokok. Berikut ini tingkat pendapatan menurut PP Nomor 15 Tahun 2019:

Tabel 2.1

Tingkat Pendapatan

Kategori	Jumlah
Golongan I	Rp 1.500.000 – Rp 2.700.000
Golongan II	Rp 2.000.000 – Rp 3.900.000
Golongan III	Rp 2.500.000 – Rp 4.800.000
Golongan IV	Rp 3.000.000 – Rp 6.000.000

Sumber: www.bkn.go.id, 2019

Dengan adanya pendapatan atau penghasilan, mudah bagi individu melakukan *impulsive buying* terhadap pembelian suatu barang atau produk tertentu. Sehingga perlu diterapkan lebih baik lagi penggunaan dana dari pendapatan atau penghasilan tersebut. Sebagai contoh, dana dari pendapatan atau penghasilan dapat dialokasikan sebagai bentuk tabungan atau bisa juga investasi, tetapi hal tersebut juga harus berdasarkan pemikiran yang matang, tidak sembarangan dalam mengambil keputusan.

2.1.3. *Locus Of Control*

Malia (2021) menyatakan bahwa *locus of control* (pengendalian diri) adalah kemampuan seseorang untuk mengarahkan perilakunya sendiri. *Locus of control* juga dapat diartikan sebagai bakat dalam mengatur, menyusun, serta mengarahkan perilaku agar dapat bertindak positif dalam berfikir. *Locus of control* merupakan keterampilan individu dalam memahami situasi diri dan lingkungannya, serta kemampuan

untuk mengendalikan dan mengatur faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada (Anjani, 2023).

Selain itu, *locus of control* dipengaruhi oleh 2 (dua) aspek, yaitu internal dan eksternal (Prihartini, 2022). Aspek internal, yakni *internality* yang merupakan keyakinan dalam diri dan selalu menghubungkan peristiwa-peristiwa yang dialaminya ditentukan oleh kemampuan serta usaha dirinya sendiri. Sedangkan aspek eksternal, yaitu *powerfull-others* merupakan keyakinan bahwa peristiwa-peristiwa yang terjadi dipengaruhi oleh orang-orang sekitar yang memiliki kekuatan lebih besar.

Menurut Thompson, ciri-ciri seorang individu dengan *locus of control*, meliputi:

a. Memiliki kemampuan untuk mengontrol tingkah laku atau dorongan impulsif, ditandai dengan kemampuan menghadapi rangsangan yang tidak diinginkan.
b. Memiliki kemampuan menunda kepuasan segera untuk berhasil mengatur perilaku demi mencapai sesuatu yang lebih bernilai atau diterima di masyarakat.
c. Memiliki kemampuan mengantisipasi peristiwa, dengan mempertimbangkan secara objektif.

Dengan memiliki kontrol diri yang baik, seseorang dapat mencegah diri dari melakukan *impulsive buying*. Karena dengan *locus of control* yang dimiliki tersebut, setiap individu akan lebih peka dalam

menghadapi situasi dan kondisi lingkungannya, serta dapat bertindak positif dalam berfikir.

2.1.4. Literasi Keuangan

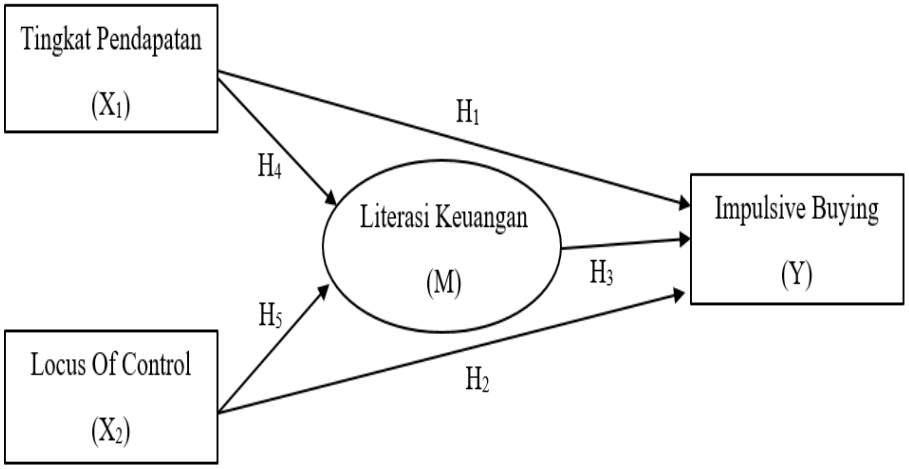
Literasi keuangan meliputi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan untuk membuat keputusan keuangan yang bijak, sehingga dapat mencapai kesejahteraan keuangan pribadi (Suratno et al., 2021). Literasi keuangan dijalankan dengan konsisten oleh setiap individu dengan memiliki pengetahuan, pendidikan, dan mampu memberitahukan mengenai pengelolaan keuangan maupun aset. Jika individu memiliki pemahaman terkait keuangan, diharapkan memiliki kesesuaian terus menerus dalam pemahaman tersebut (Laturette et al., 2021).

Chen and Volpe menyatakan bahwa literasi keuangan mencakup 4 (empat) aspek, yaitu pengetahuan keuangan pribadi, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi. Literasi keuangan dalam tingkatannya terbagi menjadi 3 (tiga) kelompok, yaitu:

a. < 60% berarti literasi keuangan individu tersebut dalam tingkat rendah dan cenderung memiliki pandangan negatif tentang keuangan, serta sering membuat keputusan yang kurang tepat.
b. 60% - 79% berarti literasi keuangan individu tersebut dalam tingkat sedang dan masih belum baik dalam membuat keputusan.

c. > 80% berarti literasi keuangan individu tersebut dalam tingkat tinggi, menunjukkan kemampuan dalam pengambilan keputusan keuangan dan tanggung jawab atas tindakan yang diambil.

2.2. Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2023

Gambar 2.1 Model Penelitian

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap *Impulsive Buying*

Menurut Lewi (2022), pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh individu atau kelompok dalam kurun waktu satu bulan, berasal dari gaji, upah, atau hasil usaha, digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tingkat pendapatan dapat meminimalisir terjadinya *impulsive buying* pada setiap individu dengan cara mengalokasikan pendapatan tersebut. Pendapatan dapat dikatakan

sebagai tingkat kekayaan yang dimiliki seseorang, terutama ketika disertai dengan tingkat pengetahuan yang lebih tinggi, dapat meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan secara efektif (Iryani B, 2023).

Pendapatan yang lebih tinggi dapat mengakibatkan pengeluaran konsumsi yang lebih besar, sementara pendapatan yang lebih rendah cenderung menyebabkan pengeluaran konsumsi yang lebih rendah pula. Menurut (Lewi, 2022) menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap *impulsive buying*. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Lestari (2021) yang menunjukkan adanya hubungan antara pendapatan dan *impulsive buying* di kalangan masyarakat. Sehingga berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_1: Tingkat Pendapatan berpengaruh terhadap *Impulsive Buying*.

2.3.2. Pengaruh *Locus Of Control* Terhadap *Impulsive Buying*

Penyebab terjadinya *impulsive buying* karena individu tidak memiliki *locus of control*, sehingga sulit untuk mengendalikan diri atau pikiran terhadap perilaku tersebut. *Locus of control* merupakan kemampuan seseorang dalam memahami situasi diri dan lingkungan, serta mengendalikan perilaku sesuai situasi dan kondisi (Anjani, 2023). Rellita et al. (2021) menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat *locus of control* seseorang, semakin kecil kecenderungan untuk terlibat dalam *impulsive buying*.

Menurut penelitian Vida (2022) menyimpulkan bahwa *locus of control* berpengaruh terhadap *impulsive buying*. Penemuan ini didukung oleh penelitian dari Malia (2021) yang menunjukkan korelasi positif antara *locus of control* terhadap *impulsive buying* di kalangan mahasiswa. Sehingga berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis:

H_2: *Locus Of Control* berpengaruh terhadap *Impulsive Buying*.

2.3.3. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *Impulsive Buying*

Literasi keuangan merujuk pada pemahaman, kemampuan, sikap, dan tindakan yang diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan yang bijaksana, serta dapat mencapai stabilitas keuangan individu (Suratno et al., 2021). Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin kecil dampak dari perilaku *impulsive buying*. Pratnyawati & Mardiana (2023) mengungkapkan bahwa *impulsive buying* yang dilakukan oleh konsumen dihadapkan pada proses atau tahapan pencarian informasi tanpa adanya alasan tertentu, sehingga membutuhkan beragam informasi terkait literasi keuangan dan pengelolaan keuangan yang baik.

Berdasarkan penelitian Ramadany & Artadita (2022), ditemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *impulsive buying*. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Aini & Susanti (2021) yang menyimpulkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif

terhadap *impulsive buying*. Sehingga berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis:

H_3: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap *Impulsive Buying*.

2.3.4. Literasi Keuangan Memediasi Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap *Impulsive Buying*

Setiap individu yang telah memperoleh pendapatan tentunya sangat ingin menggunakan pendapatan tersebut untuk berbagai macam hal. Salah satunya yaitu berbelanja, dalam berbelanja pasti akan dihadapkan dengan keputusan terhadap produk atau barang yang akan dibeli. Apabila pendapatan setiap orang tinggi, maka akan lebih mudah untuk melakukan *impulsive buying* (Lewi, 2022).

Literasi keuangan merupakan salah satu cara untuk mencegah adanya perilaku konsumtif terhadap *impulsive buying*. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian dari Iryani B (2023) menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki dampak signifikan terhadap *impulsive buying*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan yang lebih baik dapat membantu individu dalam mengelola keuangan secara lebih efektif, terlepas dari tingkat pendapatan yang dimiliki. Berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis:

H_4: Literasi Keuangan Memediasi Tingkat Pendapatan terhadap *Impulsive Buying*.

2.3.5. Literasi Keuangan Memediasi Pengaruh *Locus Of Control* Terhadap *Impulsive Buying*

Pada dasarnya setiap individu memiliki tempat pengendalian diri, yang mana dapat mengarah ke hal positif atau negatif. Kontrol diri merupakan sebuah aspek psikologis yang sederhana, berkaitan dengan kemampuan mengendalikan diri, mengubah perilaku, serta mengelola informasi (Rellita, 2021). Kekurangan dalam *locus of control* dapat mempengaruhi kecenderungan untuk melakukan *impulsive buying*.

Maka dari itu, dengan adanya literasi keuangan pada *locus of control* dapat mencegah terjadinya *impulsive buying*. Sehingga dapat dikatakan jika individu memiliki tingkat *locus of control* yang tinggi terhadap potensi dan kemampuannya, maka individu akan mudah untuk mengontrol dirinya dalam melakukan *impulsive buying* (Prihartini, 2022). Berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis:

H_5: Literasi Keuangan Memediasi *Locus Of Control* terhadap *Impulsive Buying*.

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Anjani (2023)	Hubungan Kontrol Diri	X = Kontrol Diri	Penelitian ini bertujuan	Hasil penelitian menunjukkan

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
		Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Berbelanja *Online* Produk *Fashion* Pada Remaja Di Tanjung Selamat.	Y = Perilaku Konsumtif	untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* produk *fashion* pada remaja di Tanjung Selamat.	koefisien korelasi rxy = -0,877 dengan nilai signifikansi p = 0,000 berarti p < 0,050 yang artinya terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.
2.	Agustriyani (2022)	Pengaruh Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup Dan Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Tingkat Kesejahteraan Keluarga Dimasa Pandemi	X_1 = Tingkat Pendapatan X_2 = Gaya Hidup X_3 = Jumlah Anggota Keluarga Y = Tingkat Kesejahteraan Keluarga	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh tingkat pendapatan, gaya hidup, jumlah anggota keluarga	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat pendapatan (X_1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat kesejahteraan keluarga, variabel gaya hidup (X_2)

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
		Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam.		terhadap tingkat kesejahteraan keluarga.	berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kesejahteraan keluarga, variabel jumlah anggota keluarga (X_3) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap tingkat kesejahteraan keluarga di Kampung Jati Anom Kel. Srengsem Kec. Panjang.
3.	Lewi (2022)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Impulsive Buying* Pada Konsumen Minimarket	X_1 = *Price Discount* X_2 = Bonus *Pack* X_3 = Pendapatan Y = *Impulsif Buying*	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi	Hasil penelitian, secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel *price discount*, bonus *pack* dan pendapatan

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
		Ditengah Pandemi *Covid*-19.		*impulsif buying* pada konsumen minimarket di tengah pandemi *covid*-19.	secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai *impulsif buying*.
4.	Prihartini (2022)	Pengaruh Regulasi Diri Dan *Locus Of Control* Terhadap Kecenderungan *Impusive Buying* Pada Usia Dewasa Awal Yang Berbelanja Secara *Online* Di Kabupaten Majalengka.	X_1 = Regulasi Diri X_2 = *Locus Of Control* Y = *Impulsive Buying*	Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh regulasi diri dan *locus of control* terhadap kecenderungan *impulsive buying*.	Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh antara regulasi diri terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada usia dewasa awal yang berbelanja secara *online* di Kabupaten Majalengka dengan nilai signifikansi 0,000 (p 0,000 < 0,05), akan tetapi tidak terdapat pengaruh antara

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
					locus of control terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada usia dewasa awal yang berbelanja secara *online* di Kabupaten Majalengka karena memiliki nilai signifikansi 0,496 (p 0,496 > 0,05), sedangkan terdapat pengaruh antara regulasi diri dan *locus of control* terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada pada usia dewasa awal yang berbelanja secara *online* di Kabupaten Majalengka dengan nilai

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
					signifikansi 0,000 (p 0,000 < 0,05) dan sumbangan efektif sebesar 15,1%.
5.	Ramadany & Artadita (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Generasi Z Di Indonesia.	X_1 = Literasi Keuangan X_2 = Persepsi Kemudahan Penggunaan X_3 = Persepsi Manfaat Penggunaan Y = Perilaku Pembelian Impulsif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat penggunaan terhadap perilaku *Shopee paylater*.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaa, persepsi manfaat masing-masing memberi pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku pembelian impulsif. Selain itu, variabel literasi keuangan, persepsi

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
					kemudahan penggunaa, persepsi manfaat masing-masing memberi pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku pembelian impulsif.
6.	Rellita (2021)	Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan *Impulsive Buying* Pada Remaja Di Kyeopta Kpopshop Medan.	X = Kontrol Diri Y = *Impulsive Buying*	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan *Impulsive Buying* pada remaja di Kyeopta Kpopshop Medan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis terima yaitu terdapat hubungan negatif antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* pada remaja di Kyeopta Kpopshop

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
					Medan. Semakin tinggi *Impulsive Buying* maka semakin rendah Kontrol Diri.
7.	Suratno et al. (2021)	Pengaruh *Online Shop* , Lingkungan Teman Sebaya Dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Implusif Mahasiswa Jurusan Pips Fkip Universitas Jambi.	X_1 = *Online Shop* X_2 = Lingkungan Teman Sebaya X_3 = Literasi Keuangan Y = Perilaku Pembelian Impulsif	Penelitian bertujuan: (1) Untuk mengetahui pengaruh *online shop* terhadap pembelian implusif. (2) Untuk mengetahui pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap pembelian implusif (3) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan	Hasil penelitian menunjukkan: (1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan *online shop* terhadap pembelian implusif sebesar 0.864 dengan nilai t hit sebesar 14.175. (2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara lingkungan teman sebaya terhadap pembelian implusif sebesar 0.513 dengan

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
				terhadap pembelian implusif (4) Untuk mengetahui pengaruh *online shop*, literasi keuangan dan teman sebaya mempengaruhi perilaku pembelian *impulsive*.	nilai t hit sebesar 4.932. (3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap pembelian implusif sebesar 0.255 dengan nilai t hit sebesar 2.174. (4) Terdapat pengaruh secara simultan yang antara penggunaan *online shop*, lingkungan teman sebaya dan literasi keuangan terhadap pembelian implusif sebesar 0.881 dengan nilai F hit sebesar 76.213.

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
8.	Ubaidillah (2019)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Sikap Keuangan Dan *Self-Efficacy* Sebagai Variabel Mediasi.	X = Literasi Keuangan Y = Perilaku Keuangan M = Sikap Keuangan dan *Self-Efficacy*	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan dengan sikap keuangan dan *self-efficacy* sebagai variabel mediasi.	Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pertama, pengetahuan keuangan berpengaruh langsung terhadap perilaku keuangan, sikap keuangan, *self-efficacy*. Kedua, sikap keuangan, *self-efficacy* berpengaruh langsung terhadap perilaku keuangan. Ketiga, sikap keuangan terbukti berpengaruh sebagian pada pengaruh pengetahuan keuangan

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
					terhadap perilaku keuangan. Keempat, *self-efficacy* terbukti memediasi sepenuhnya pada pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan.
9.	Vida (2022)	Antara Persepsi *Celebrity Endorser* Dan *Locus Of Control* Eksternal Terhadap *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Tiktok.	X_1 = Persepsi *Celebrity Endorser* X_2 = *Locus Of Control* Eksternal Y = *Impulsive Buying*	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Persepsi *celebrity endorser* dan *Locus of control* eksternal dengan *Impulsive*	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi *celebrity endorser* dan *Locus of control* eksternal berpengaruh terhadap *Impulsive buying*.

No.	Nama Peneliti Terdahulu dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
				buying pada mahasiswa pengguna aplikasi Tiktok. Populasi	
10.	Wulandari (2023)	Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude Locus Of Control, Dan Income Terhadap Financial Management Behavior.		Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial knowledge*, *financial attitude*, *locus of control* dan *income* terhadap *financial management behavior*.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial knowledge*, *financial attitude*, *locus of control* dan *income* berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*.

n-gl.com