PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MELALUI *PAYLATER* DI DEPOK

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

RAKA ANUGRAH SYAPUTRA

24220040

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

JAKARTA

2026

LEMBAR PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya…”

(QS. Al-Baqarah: 286)

1. Bapak M.Agus Erlan beserta Ibu Sumiati dengan penuh cinta dan rasa terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta. Terima kasih atas segala doa yang tiada henti, kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang tidak terhingga dalam setiap langkah kehidupan saya. Dukungan, nasihat, dan kepercayaan yang diberikan menjadi kekuatan terbesar bagi saya untuk terus berjuang hingga sampai pada titik ini.
2. Diri Saya sendiri Raka Anugrah Syaputra, sebagai bentuk penghargaan atas setiap perjuangan, pengorbanan, dan keteguhan yang telah dilalui hingga titik ini. Terima kasih karena tidak menyerah, tetap bertahan di tengah rasa lelah, ragu, dan berbagai tantangan yang datang silih berganti.
3. Ibu Instianti Elyana M.M,M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar, tulus, dan penuh dedikasi membimbing saya dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas segala ilmu, arahan, motivasi, serta waktu yang telah Ibu berikan sehingga saya dapat menyelesaikan karya ini dengan baik.
4. Seluruh Dosen Prodi Manajemen dan para staf karyawan kampus Universitas Nusa Mandiri margonda yang telah membantu secara administrasi dan akademik selama penulis menempuh pendidikan.

5. kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan kontribusi dalam proses penyusunannya. Dengan penuh rasa syukur, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Kepada para sahabat penulis khususnya:

   Terimakasih kepada Sulistia yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi. Terimakasih kepada Syahad, Hana, Wiranegara, Tulus, Forendz, Sahil yang sudah menemani penulis. Terimakasih kepada Sopio, Widya, Jessica, Azzahra yang telah memberikan penulis banyak kebaikan, pengalaman serta pelajaran kepada penulis sejak awal perkuliahan, semoga dilain waktu kita bisa bersama-sama lagi. Terimakasih kepada Ebi, Audi, Sania, Marcella G, Osa, Fitri, Novi, Galih, dan teman kelas 24.8b.10 lainnya yang sudah supportive kepada penulis.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama	:Raka Anugrah Syaputra
Nim	: 24220040
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi & Bisnis
Perguruan Tinggi	: Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat dengan judul : " **Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui Paylater di Depok**", adalah asli (orisinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan / dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari UNIVERSITAS NUSA MANDIRI dicabut / dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 21 Juli 2026
Yang menyatakan,



Raka Anugrah Syaputra

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Raka Anugrah Syaputra
NIM	: 24220040
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi & Bisnis
Perguruan Tinggi	: Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan persetujuan untuk memberikan izin kepada pihak Universitas Nusa Mandiri Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "**Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui Paylater di Depok**", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, pihak Universitas Nusa Mandiri berhak menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan, serta menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.
Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 21 Juli 2026
Yang menyatakan,



Raka Anugrah Syaputra

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Raka Anugrah Syaputra
NIM	:	24220040
Program Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi Dan Bisnis
Jenjang	:	Strata Satu (S1)
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Paylater Di Depok

Telah dipertahankan pada periode 2026-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 13 Agustus 2026

PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing : Instianti Elyana , M.M., M.Kom.

Ditandatangani Digital:
Instianti Elyana
2026-08-13 18:47:07

D E W A N P E N G U J I

Penguji I : Hary Mulyadi , S.E., M.M.

Ditandatangani Digital:
Hary Mulyadi
2026-08-13 18:47:07

.....

Penguji II : Valentine Theresia Simamora, S.E., M.M.

Ditandatangani Digital:
Valentine Theresia Simamora
2026-08-13 18:54:48

.....

PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui *Paylater* di Depok " merupakan hasil karya tulis asli Raka Anugrah Syaputra dan bukan merupakan hasil terbitan. Oleh karena itu, peredaran karya tulis ini hanya berlaku di lingkungan akademik serta dilindungi oleh hak cipta.

Sehubungan dengan hal tersebut, dilarang keras untuk menggandakan, memperbanyak, atau menyebarluaskan baik sebagian maupun seluruh isi karya tulis ini tanpa izin dari penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat, namun pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan harus disertai dengan kaidah penulisan ilmiah dengan mencantumkan sumber secara jelas.
Untuk keperluan perizinan, dapat menghubungi penulis melalui informasi berikut:

Nama :Raka Anugrah Syaputra
Alamat : Jl.palabali raya no.145,Rt06/Rw06, Cipayung, Kota Depok
No. HP : 081288066371
Email : rakaanugrah79@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun secara sederhana dengan judul: " Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Penggunaan Paylater serta dampaknya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Depok".

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Program Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri. Dalam proses penyusunannya, penulis memperoleh berbagai data dan informasi melalui kegiatan penelitian, observasi lapangan, serta studi literatur dari berbagai sumber yang relevan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran serta, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan**.** Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Nusa Mandiri.
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Mandiri.
3. Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Nusa Mandiri.
4. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Nusa Mandiri.
5. Instianti Elyana, M.M, M.kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyempatkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Nusa Mandiri yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa

perkuliahan.

7. Seluruh staf dan karyawan di lingkungan Universitas Nusa Mandiri yang telah membantu dalam proses administrasi.
8. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada penulis.
9. Teman-teman dan sahabat yang telah memberikan bantuan, motivasi, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman kelas 24.8B.10 yang telah memberikan kebersamaan, dukungan, serta motivasi selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan kekurangan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat konstruktif guna penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Sebagai penutup, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca secara umum.

Jakarta, 21 Juli 2026

Penulis,



Raka Anugrah Syaputra

ABSTRAK

Raka Anugrah Syaputra (24220040), "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui Paylater di Depok**"**

Penelitian ini berjudul " Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui Paylater di Depok" yang bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan PayLater serta dampaknya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 mahasiswa pengguna Shopee PayLater dan sejenisnya di Kota Depok, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.1.1.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan PayLater, namun tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Keputusan penggunaan PayLater terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, serta memediasi secara penuh (full mediation) pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif tersebut. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup mampu menjelaskan keputusan penggunaan PayLater sebesar 44,5%, sedangkan ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 31,2%. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keputusan penggunaan Shopee PayLater merupakan faktor penting yang menjembatani pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga peningkatan literasi keuangan dan penggunaan PayLater secara bijaksana diharapkan dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Penggunaan *PayLater*, Perilaku Konsumtif, SmartPLS

ABSTRACT

Raka Anugrah Syaputra (24220040), "The Influence of Financial Literacy and Lifestyle on University Students' Consumptive Behavior Through PayLater Usage in Depok City"

This study, entitled "The Influence of Financial Literacy and Lifestyle on PayLater Usage and Its Impact on Consumptive Behavior among Students in Depok City," aims to analyze the influence of financial literacy and lifestyle on the decision to use PayLater and its impact on students' consumptive behavior. This research employs a quantitative approach using a survey method involving 100 student respondents who use Shopee PayLater and similar services in Depok City, selected through purposive sampling. Data were collected through questionnaires using a five-point Likert scale and analyzed using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS 4.1.1.8 software. The results show that financial literacy and lifestyle each have a positive and significant effect on the decision to use PayLater, but do not have a significant direct effect on students' consumptive behavior. The decision to use PayLater is proven to have a positive and significant effect on consumptive behavior, and fully mediates the influence of financial literacy and lifestyle on consumptive behavior. The coefficient of determination (R^2) indicates that financial literacy and lifestyle explain 44.5% of the variance in PayLater usage decisions, while all three variables together explain 31.2% of the variance in consumptive behavior. This study concludes that the decision to use Shopee PayLater is a key factor bridging the influence of financial literacy and lifestyle on students' consumptive behavior. Therefore, improving financial literacy and encouraging wise use of PayLater services are expected to help reduce consumptive behavior among students.

Keywords: *Financial Literacy, Lifestyle, Decision to Use PayLater, Consumptive Behavior, SmartPLS*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH iv
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI v
PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA vi
KATA PENGANTAR vii
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB I PENDAHULUAN 17
1.1. Latar Belakang Masalah 17
1.2. Identifikasi Masalah 22
1.3. Batasan Masalah 23
1.4. Rumusan Masalah 24
1.5. Tujuan Penelitian 24
1.6. Manfaat Penelitian 25
1.6.1 Manfaat Teoritis 25
1.6.2 Manfaat Praktis 25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 27
2.1 Landasan Teori 27
2.1.1 Pengertian Literasi Keuangan 27
2.1.2 Indikator Literasi Keuangan 28
2.1.3 Gaya Hidup 29
2.1.4 Indikator Gaya Hidup 30
2.1.5 Keputusan Penggunaan 30
2.1.6 Proses pengambilan keputusan 30
2.1.7 Indikator Keputusan Penggunaan 31
2.1.8 Perilaku Konsumtif 32

2.1.9 Indikator Perilaku Konsumtif 32
2.2 Penelitian Terkait 33
2.2.1 Ringkasan penelitian terkait 35
2.3 Kerangka Penelitian 35
2.3.1 Hubungan Antar Variabel 36
2.3.2 Kerangka Konseptual 38
2.4 Hipotesis Penelitian 39
BAB III METODE PENELITIAN 43
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian 43
3.2 Populasi dan Sampel 43
3.2.1 Populasi 43
3.2.2 Sampel 44
3.3 Variabel Penelitian 45
3.3.1 Variabel Independen (Variabel Bebas) 45
3.3.2 Variabel Intervening (Y) 46
3.3.3 Variabel Dependen 46
3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel 47
3.5 Teknik Pengumpulan Data 49
3.6 Instrumen Penelitian 50
3.7 Teknik Analisa Data 50
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif 51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 56
4.1 Gambaran Umum Responden 56
4.2 Karakteristik Responden 57
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 58
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Mahasiswa 58
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi 59
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan 60
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester 60
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 61
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan *PayLater* yang Digunakan 61
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *PayLater* 62
4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *PayLater* 63
4.2.11 Ringkasan Karakteristik Responden 63

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian 64
4.3.1 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X1) 64
4.3.2 Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X2) 65
4.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Penggunaan *PayLater* (Y) 66
4.3.4 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Z) 67
4.3.5 Ringkasan Deskripsi Variabel Penelitian 69
4.4 Hasil Analisis Data 69
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) 70
4.4.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) 75
4.5 Pengujian Hipotesis 79
4.6 Hasil dan Pembahasan 83
4.6.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Paylater 83
4.6.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Penggunaan *Paylater* 83
4.6.3 Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif 84
4.6.4 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif 84
4.6.5 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif 85
4.6.6 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Penggunaan Paylater 85
4.6.7 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui Penggunan Paylater 86
BAB V PENUTUP 88
5.1 Kesimpulan 88
5.2 Saran 90
5.2.1 Bagi Manajerial 90
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya 91
DAFTAR PUSTAKA 93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 96
LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR 97
LEMBAR PERNYATAAN KEABSAHAN DATA 98
LAMPIRAN 99
KUESIONER PENELITIAN 104

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Perkembangan Sektor Lembaga Pembiayaan OJK 17
Gambar I. 2 Persentase data pengguna Buy Now Pay Later 2025 18
Gambar I. 3 Data Aplikasi Fintech yang banyak digunakan Gen Z dan Millennials 20
Gambar II. 1 Kerangka Konseptual.....38

DAFTAR TABEL

Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 57
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 58
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Mahasiswa 58
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi 59
Tabel IV. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan 60
Tabel IV. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester Saat Ini 60
Tabel IV. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 61
Tabel IV. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan PayLater yang Digunakan 61
Tabel IV. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan PayLater 62
Tabel IV. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan PayLater dalam 1 Tahun Terakhir 63
Tabel IV. 11 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X1) 65
Tabel IV. 12 Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X2) 66
Tabel IV. 13 Deskripsi Variabel Keputusan Penggunaan PayLater (Y) 67
Tabel IV. 14 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Z) 68
Tabel IV. 15 Rekapitulasi Rata-Rata Skor Variabel Penelitian 69
Tabel IV. 16 Hasil Outer Loading 71
Tabel IV. 17 Hasil Average Variance Extracted (AVE) 72
Tabel IV. 18 Hasil Uji Reliabilitas 73
Tabel IV. 19 Hasil Uji Discriminant Validity (HTMT) 73
Tabel IV. 20 Hasil Cross Loading 74
Tabel IV. 21 Hasil Uji Variance Inflation Factor (VIF) 76
Tabel IV. 22 Hasil Koefisien Determinasi (R-Square) 76
Tabel IV. 23 Hasil Uji Effect Size (f-Square) 77
Tabel IV. 24 Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2predict) 78
Tabel IV. 25 Hasil Uji Path Coefficient (Pengaruh Langsung) 79
Tabel IV. 26 Hasil Uji Indirect Effect (Pengaruh Tidak Langsung/Mediasi) 80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. 1 Hasil Cek Plagiarisme BAB I 99
Lampiran A. 2 Hasil Cek Plagiarisme BAB II 99
Lampiran B. 1 Uji Construct Reliability and Validity 101

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan teknologi digital telah memberikan dampak perubahan yang signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat, terutama kalangan generasi muda. Salah satu fenomena yang telah muncul adalah meningkatnya perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial. Berdasarkan pemberitaan dari (Diah, 2025) , gaya hidup konsumtif di kalangan Generasi Z,dan Millenials khususnya Mahasiswa, semakin meningkat dan perlu diwaspadai. Kemudahan dalam melakukan transaksi Menggunakan digital membuat individu semakin terdorong untuk melakukan pembelian secara impulsif, bahkan untuk kebutuhan yang tidak mendesak.

Penelitian terdahulu menunjukan bahwa Perilaku Konsumtif di pengaruhi oleh metode pembayaran *PayLater*, penelitian yang dilakukan oleh (Dean et al., 2024) menghasilkan penelitian yang menunjukan bahwa fitur *PayLater* memfasilitasi pembayaran kredit tanpa kartu kredit dengan limit spesifik, memungkinkan pembelian tanpa uang tunai, dan dapat menimbulkan risiko perilaku konsumtif.

Berikut adalah data dari (OJK), 2025) menunjukan pertumbuhan pinjaman daring (PINDAR) dalam lima (5) tahun terakhir.

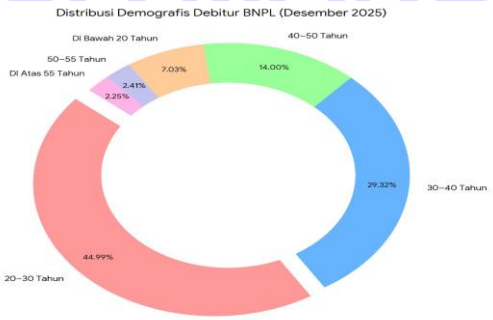
PINJAMAN DARING (PINDAR)					
	Dec-23	Dec-24	Oct-24	Sep-25	Oct-25
Outstanding Pembiayaan (Rp T)	59,64	77,02	75,02	90,99	92,92
Growth (%yoy)	16,67	29,14	29,23	22,16	23,86
TWP 90 (%)	2,93	2,60	2,37	2,82	2,76

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Gambar I. 1 Perkembangan Sektor Lembaga Pembiayaan OJK

Fenomena perilaku konsumtif tersebut tidak terlepas dari semakin meningkatnya penggunaan layanan keuangan digital, salah satunya adalah *PayLater*. Layanan ini memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa dengan sistem pembayaran ditunda, sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi.hal ini didukung menurut Laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2025) Pada industri Pinjaman Daring (Pindar), outstanding pembiayaan pada Oktober 2025 tumbuh 23,86 persen yoy (September 2025: 22,16 persen yoy), dengan nominal sebesar Rp92,92 triliun. Tingkat risiko kredit secara agregat (TWP90) berada di posisi 2,76 persen (September 2025: 2,82 persen). Selain itu Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK), pembiayaan Buy Now Pay Later (BNPL) oleh perusahaan pembiayaan pada Oktober 2025 meningkat sebesar 69,71 persen yoy (september 2025:88,65 persen yoy), atau menjadi Rp10.85 triliun dengan *Non Performing Financing* (NPF) gross sebesar 2,79 persen (september 2025:2,92 persen).

Berdasarkan Pemberitaan dari (Nurul, 2025) laporan data dari PT Pefindo Biro Kredit (IdScore), jumlah debitur layanan *buy now pay later* (BNPL) mengalami peningkatan yang signifikan. Hingga Desember 2025, jumlah debitur BNPL tercatat mencapai 24,52 juta orang, dengan pertumbuhan sebesar 49,23% secara *year-on-year* (YoY).



Sumber : PTpefindo Biro Kredit (IdScore), 2025

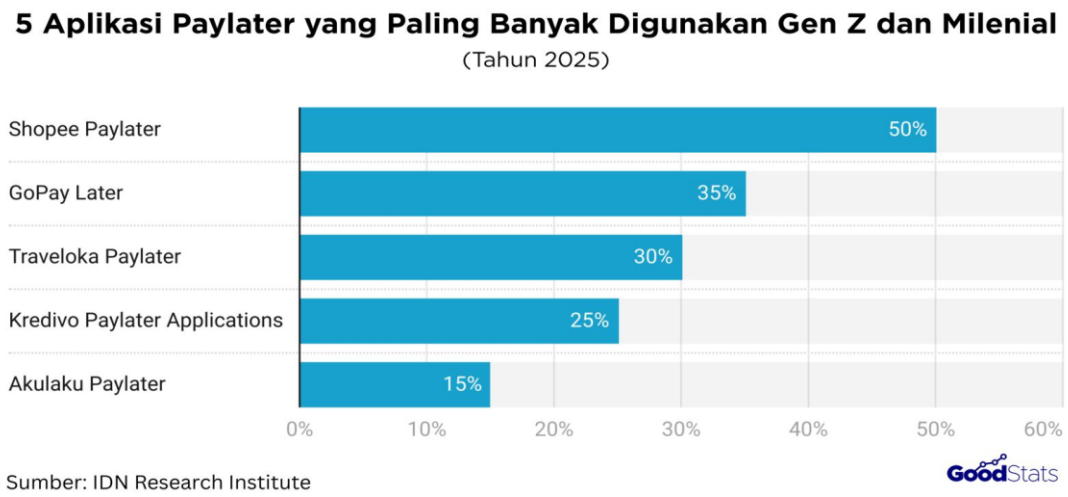
Gambar I. 1 Persentase data pengguna Buy Now Pay Later 2025

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Pertumbuhan yang cukup tinggi ini menunjukkan semakin meningkatnya penggunaan layanan transaksi digital berbasis kredit di masyarakat, khususnya pada segmen usia produktif. Secara demografis, kelompok usia 20–30 tahun mendominasi jumlah debitur dengan persentase sebesar 45,08%. Selanjutnya, kelompok usia 30–40 tahun menyusul dengan kontribusi sebesar 29,38%. Adapun kelompok usia lainnya terdiri dari usia 40–50 tahun sebesar 14,03%, usia di bawah 20 tahun sebesar 7,04%, usia 50–55 tahun sebesar 2,41%, serta usia di atas 55 tahun sebesar 2,25%.

Data ini menunjukkan bahwa generasi milenial dan Gen Z menjadi kelompok yang paling dominan dalam penggunaan layanan BNPL(*Buy Now Pay Leter*), yang mencerminkan tingginya tingkat adopsi teknologi finansial serta kecenderungan perilaku konsumtif pada kelompok usia tersebut. Selain itu Seiring berkembangnya teknologi finansial, layanan *PayLater* telah menjadi salah satu metode pembayaran yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda. Praktisnya sistem pembayaran yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara instan, mulai dari berbelanja, membayar kebutuhan sehari-hari, hingga menikmati layanan hiburan, menjadikan *PayLater* semakin diminati sebagai pilihan pembiayaan digital. Meskipun menawarkan berbagai kemudahan, pengguna tetap dituntut untuk memiliki pengelolaan keuangan yang baik agar penggunaan layanan *PayLater* tidak menimbulkan masalah finansial di kemudian hari.

Data dari (Daniel, 2025) GoodStats juga menunjukkan bahwa *PayLater* menjadi salah satu metode pembayaran favorit karena kemudahan, fleksibilitas, serta integrasi dengan berbagai platform digital .



Sumber:IDN Research Institute, 2025

Gambar I. 2 Data Aplikasi Fintech yang banyak digunakan Gen Z dan Millennials

Di urutan pertama ada Shopee *PayLater*. Layanan ini paling banyak digunakan karena terintegrasi langsung dengan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia, Shopee. Fitur cicilan tanpa kartu kredit, limit yang mudah didapat, serta berbagai promo seperti gratis ongkir dan cashback membuat *Shopee PayLater* menjadi pilihan utama, terutama bagi pengguna aktif e-commerce yang ingin berbelanja dengan lebih fleksibel.

Selanjutnya, tingginya keputusan penggunaan *PayLater* tidak terlepas dari pengaruh gaya hidup generasi muda yang cenderung modern dan konsumtif. Gaya hidup yang berorientasi pada tren, kemudahan, dan kepuasan instan mendorong individu untuk memanfaatkan berbagai fasilitas yang dapat menunjang kebutuhan tersebut, termasuk layanan *PayLater*. Generasi milenial dan Gen Z cenderung menjadikan konsumsi sebagai bagian dari ekspresi diri dan status sosial, sehingga mendorong peningkatan penggunaan layanan keuangan digital sebagai alat pendukung gaya hidup (Diah, 2025)(Kompas 2025).

Di sisi lain, meningkatnya perilaku konsumtif dan penggunaan *PayLater* juga berkaitan dengan tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu. Berdasarkan pembahasan dalam (Media, 2025) generasi muda masih menghadapi tantangan dalam memahami dan mengelola keuangan secara efektif di era digital. Rendahnya literasi keuangan menyebabkan individu kurang mampu dalam merencanakan keuangan, mengelola hutang, serta mengambil keputusan finansial yang rasional. Akibatnya, kemudahan akses terhadap layanan seperti *PayLater* dapat meningkatkan risiko penggunaan yang tidak terkendali.

Perkembangan penggunaan layanan *PayLater* di Indonesia tidak terlepas dari tingginya penetrasi teknologi digital di kalangan mahasiswa. Kemudahan akses terhadap berbagai *e-commerce* dan aplikasi keuangan digital menjadikan mahasiswa sebagai segmen yang rentan terhadap penggunaan fasilitas pembayaran tunda, termasuk layanan *PayLater*. Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik, 2025) Provinsi Jawa Barat tahun 2025 jumlah mahasiswa pada perguruan tinggi negeri dan swasta di Kota Depok sebanyak **26.532** mahasiswa. Jumlah tersebut menunjukan bahwa mahasiswa merupakan kelompok yang cukup besar dan berpotensi menjadi pengguna layanan keuangan digital, termasuk fasilitas pembayaran *PayLater*.

Berdasarkan Penelitian (Monica et al., 2023) Menyimpulkan bahwa Literasi Keuangan Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Untuk Itu melalui Literasi Keuangan Mahaiswa diharapkan dapat lebih bijak dalam Mengelola keuangan pribadi dan berbelanja sesuai kebutuhan serta mempertimbangkan nya .

Selain itu Berdasarkan hasil Penelitian yang telah dilakukan oleh (Putri et al., 2024) dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap penggunaan shopee pay later pada Gen Z. Dengan kata lain semakin baik tingkat literasi keuangan maka akan semakin bijak penggunaan financial technology berbasis

digital yaitu *shopee PayLater*.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Indah & Desiyanti Rika, 2025) Teknologi keuangan (*Fintech*) terbukti memediasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa Universitas Bung Hatta, teknologi keuangan memediasi hubungan antara gaya hidup dan perilaku keuangan mahasiswa Universitas Bung Hatta.

Merujuk kepada hasil peneltian terdahulu di atas ,Penulis dapat menyimpulkan bahwa Literasi Keuangan dan Gaya Hidup dengan Keputusan Penggunaan Shopee *PayLater* sebagai Variabel Mediasi Merupakan Faktor penting yang diduga Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. dengan judul penelitian (Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui *Paylater* di Depok). Maka dari itu Penulis Tertarik untuk melakukan penelitian. Melalui penelitian ini di harapkan dapat Memberikan edukasi finansial terhadap Mahasiswa agar tidak berperilaku Konsumtif dan mencegah resiko kredit macet yang disebabkan oleh *PayLater*.

1.2. Identifikasi Masalah

Dikarenakan gaya hidup moderen, tren digital, dan fenomena FOMO (*fear of missing out*) mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara impulsif demi memenuhi kebutuhan gaya hidup dan hiburan.

1. Shopee *PayLater* menjadi layanan *PayLater* yang paling banyak digunakan oleh generasi muda karena kemudahan akses, promo, serta integrasi langsung dengan platform *e-commerce*.
2. Rendahnya tingkat literasi keuangan pada sebagian generasi muda menyebabkan

kurangnya kemampuan dalam mengelola keuangan, serta rencana pengeluaran dan mengontrol penggunaan layanan *PayLater*.

3. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital cenderung menjadikan konsumsi sebagai bentuk ekspresi diri dan status sosial sehingga meningkatkan keputusan penggunaan layanan *PayLater*.
4. Apakah literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater* serta berdampak kepada Perilaku Konsumtif pada mahasiswa di Kota Depok?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan Masalah bertujuan agar penelitian tidak meluas dan lebih Terfokus. Penulis Menetapkan batasan-batasan Masalah sebagai berikut:

1. Variabel yang akan menjadi hasil penelitian adalah Keputusan Penggunaan *PayLater* serta Perilaku Konsumtif Mahasiswa.
2. Fokus penelitian ditujukan kepada pengguna yang telah bertransaksi Menggunakan *PayLater* atau yang ingin berminat menggunakan *PayLater* sebagai transaksi kredit.
3. Kriteria Responden yang akan diteliti adalah berusia (20 sampai dengan 40 tahun) yang Berstatus Mahasiswa aktif di Kota Depok, sehingga hasil penelitian tidak Dapat diterapkan secara umum di daerah lain.
4. Waktu Penelitian dilakukan selama 3 tiga bulan dimulai April 2026 sampai dengan Juni 2026.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

1.4. Rumusan Masalah

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap keputusan Penggunaan *PayLater*?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan Penggunaan *PayLater*?
3. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa?
4. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa?
5. Apakah keputusan penggunaan *PayLater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
6. Apakah literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan *PayLater*?
7. Apakah literasi keuangan, gaya hidup, dan keputusan penggunaan *PayLater* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ?
8. Apakah keputusan penggunaan *PayLater* mampu memediasi pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *PayLater* pada mahasiswa di Kota Depok.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *PayLater* pada mahasiswa di Kota Depok.
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Depok.
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Depok.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

5. Untuk mengetahui pengaruh keputusan penggunaan *PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Depok.
6. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan penggunaan *PayLater* pada mahasiswa di Kota Depok.
7. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan keputusan penggunaan *PayLater* secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Depok.
8. Untuk mengetahui peran keputusan penggunaan *PayLater* dalam memediasi pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Depok.

1.6. Manfaat Penelitian

Dalam Penelitian ini penulis berharap dapat memberikan Manfaat baik secara Teoritis maupun Praktis sebagai berikut.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang manajemen keuangan, perilaku konsumen, dan teknologi finansial (*financial technology*). Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan literasi keuangan, gaya hidup, keputusan penggunaan layanan *PayLater*, serta perilaku konsumtif mahasiswa.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan edukasi kepada mahasiswa mengenai pentingnya literasi keuangan dalam mengelola pengeluaran serta

menggunakan layanan *PayLater* secara bijak agar terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat mengenai dampak penggunaan layanan *PayLater* terhadap perilaku konsumsi, sehingga masyarakat dapat lebih bijaksana dalam memanfaatkan layanan keuangan digital.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman, dan pengetahuan peneliti terkait perilaku konsumtif, literasi keuangan, gaya hidup, serta penggunaan teknologi finansial di kalangan mahasiswa.

d. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan tambahan literatur bagi pihak akademisi maupun peneliti lain yang ingin melakukan penelitian terkait literasi keuangan, gaya hidup, keputusan penggunaan *PayLater*, dan perilaku konsumtif

e. Bagi Perusahaan Fintech dan E-commerce

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan penyedia layanan *PayLater* dalam memahami perilaku pengguna, khususnya generasi muda, sehingga dapat meningkatkan edukasi keuangan dan menciptakan layanan yang lebih bertanggung jawab.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2024), literasi keuangan dapat diartikan sebagai gabungan antara pemahaman, kecakapan, dan keyakinan diri yang membentuk sikap serta perilaku seseorang, sehingga kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangannya meningkat guna mewujudkan kesejahteraan finansial bagi masyarakat. Menurut (Baiq, 2021) literasi keuangan merupakan kecakapan penting yang sebaiknya dimiliki setiap individu supaya mampu terhindar dari beragam persoalan keuangan. Dalam keseharian, seseorang kerap dihadapkan pada situasi *trade off*, yaitu situasi ketika harus memilih dan mengorbankan satu kepentingan untuk memenuhi kepentingan lainnya. Literasi keuangan sendiri berkaitan dengan tingkat pengetahuan dan pemahaman individu mengenai cara mengelola serta memanfaatkan uang secara tepat.

Namun, pada kenyataannya masyarakat Indonesia menunjukkan kecenderungan perilaku yang semakin konsumtif. Hal tersebut terlihat dari penurunan *Marginal Propensity to Save* (MPS) dan peningkatan *Marginal Propensity to Consumption* (MPC) dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi ini menyebabkan tingkat konsumsi masyarakat semakin tinggi dan mendorong perilaku pembelian yang kurang rasional, baik untuk kebutuhan makanan maupun nonmakanan. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan yang baik sangat diperlukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam mendukung pengambilan keputusan keuangan yang tepat. Selain itu,

perilaku keuangan juga memiliki hubungan yang erat dengan pola konsumsi masyarakat.

Theory of Planned Behavior (TPB) lahir sebagai penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan berupaya menerangkan bagaimana keterkaitan antarperilaku individu terbentuk sebagai reaksi atas suatu kondisi tertentu. Teori ini menegaskan bahwa niat untuk berperilaku tidak semata dibentuk oleh sikap dan norma subjektif, tetapi juga oleh cara individu memandang kesanggupannya sendiri dalam menjalankan perilaku itu, yang disebut sebagai kontrol perilaku yang dipersepsikan. teori ini menjelaskan bahwa adanya niat untuk berperilaku dapat menimbulkan perilaku yang ditampilkan oleh individu (Icek, 1991).

Theory of Planned Behavior menguraikan tiga jenis keyakinan yang mendasari tindakan individu. Pertama, *behavioral belief*, yakni keyakinan seseorang atas konsekuensi dari suatu perilaku beserta penilaiannya terhadap konsekuensi tersebut; keyakinan dan penilaian inilah yang selanjutnya membentuk variabel sikap (attitude). Kedua adalah *normative belief*, yakni keyakinan seseorang terhadap harapan pihak-pihak rujukan seperti keluarga, sahabat, pimpinan, atau konsultan pajak, apakah mereka mendukung atau menentang dilakukannya suatu perilaku tertentu (Icek, 1991).

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

2.1.2 Indikator Literasi Keuangan

Berdasarkan (Lilis et al., 2023)indikator literasi keuangan yaitu:

1. Kemampuan dasar dalam mengelolah keuangan

Kecakapan dasar mengelola keuangan mencakup wawasan, kapabilitas, serta pemahaman yang dibutuhkan untuk melakukan perhitungan finansial sehari-hari, antara lain cara menelaah arus pengeluaran dan pemasukan dengan mengontrol, penganggaran dan menyimpan suatu catatan tentang biaya hidup sehari-hari dan

kemampuan untuk membayar.

2. Menabung dan merencanakan keuangan

   Kegiatan menabung dan menyusun perencanaan keuangan menjadi unsur pokok dari *saving*. Perencanaan yang aman dilakukan dengan cara menyisihkan sebagian dana melalui tabungan maupun investasi, sehingga tersedia dana cadangan yang dapat dipakai sewaktu-waktu dalam kondisi darurat.

3. Memahami produk keuangan dan investasi

   kemampuan menentukan pilihan produk investasi menjadi salah satu penentu utama tingkat literasi keuangan seseorang. Produk keuangan yang dimaksud dapat berupa instrumen investasi, seperti saham maupun aset yang menguntungkan untuk dijual di kemudian hari, tabungan, pinjaman, dan asuransi. Pemilihan produk keuangan yang tepat umumnya didasarkan pada tiga kriteria, yaitu keamanan, likuiditas, dan profitabilitas.

2.1.3 Gaya Hidup

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) dalam (Jaya & Tri, 2023), gaya hidup dapat dipahami sebagai pola menjalani hidup yang tercermin lewat aktivitas, minat, dan cara pandang seseorang terhadap kehidupannya. Konsep ini menggambarkan secara menyeluruh bagaimana seseorang menjalani kesehariannya, termasuk caranya berinteraksi dengan lingkungan sekitar.

Dalam penggunaan layanan *PayLater*, gaya hidup hedonis yang menitikberatkan pada kesenangan dan kemewahan dapat mendorong mahasiswa menggunakan fasilitas kredit digital untuk memenuhi keinginan konsumsi yang melampaui kemampuan keuangan mereka. Pola hidup yang cenderung konsumtif

tersebut berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap kondisi dan kestabilan finansial mahasiswa dalam jangka panjang.

2.1.4 Indikator Gaya Hidup

(Maharani & Rosniwaty, 2022), indikator gaya hidup terdiri dari 3 (tiga) faktor :

1. Aktivitas, seperti hobi, bekerja, hiburan, peristiwa sosial, liburan, komunitas, keanggotaan klub, olahraga, belanja
2. Interes, faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
3. Pendapat, yaitu diri sendiri, politik, bisnis, masalah sosial, pendidikan, ekonomi, produk, budaya dan masa depan.

2.1.5 Keputusan Penggunaan

(Nor et al., 2023) Menyatakan bahwa Keputusan penggunaan atau keputusan pembelian merupakan salah satu tahap dalam proses pembelian yang terjadi sebelum perilaku pasca pembelian. Pada tahap ini, konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan produk atau jasa sehingga konsumen akan menentukan tindakan untuk melakukan pembelian berdasarkan pilihan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2016:177) menjelaskan bahwa keputusan penggunaan termasuk salah satu kajian dalam perilaku konsumen, yang membahas cara individu, kelompok, maupun organisasi menentukan pilihan, melakukan pembelian, dan memanfaatkan barang, jasa, ide, ataupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya.

2.1.6 Proses pengambilan keputusan

Menurut (Rijalus et al., 2024) proses ini melibatkan beberapa tahapan diantara lain:

1. Pengenalan Masalah: Kesadaran akan adanya kebutuhan atau masalah.
2. Pencarian Informasi: Mengumpulkan informasi tentang cara memenuhi kebutuhan.
3. Evaluasi Alternatif: Membandingkan berbagai opsi berdasarkan kriteria tertentu.
4. Keputusan Pembelian: Memilih dan membeli produk atau jasa tertentu.
5. Evaluasi Pascapembelian: Menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap keputusan yang diambil.

2.1.7 Indikator Keputusan Penggunaan

Indikator Keputusan Penggunaan dalam penelitian ini mengacu pada teori *Technology Acceptane Model* (TAM). Menurut (Rizky, 2022) teori tersebut keputusan penggunaan dipengaruhi oleh beberapa aspek utama, yaitu :

1. Persepsi penggunaan

Persepsi Penggunaan menggambarkan seberapa besar suatu teknologi dinilai mampu memberi manfaat bagi penggunanya dalam menuntaskan aktivitas atau memenuhi kebutuhan tertentu.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi Kemudahan Penggunaan menunjukkan seberapa mudah sebuah teknologi dapat dipahami dan dioperasikan oleh penggunanya.

3. Niat Untuk Menggunakan

Niat untuk menggunakan menunjukkan keinginan individu dalam menggunakan teknologi, sedangkan perilaku penggunaan menggambarkan tindakan nyata individu dalam menggunakan teknologi secara berulang dan konsisten. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan suatu teknologi, maka semakin besar keputusan individu untuk menggunakan teknologi tersebut.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

2.1.8 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai kecenderungan individu untuk lebih mementingkan gaya hidup dan kepuasan pribadi dibandingkan kebutuhan yang sesungguhnya. Kecenderungan ini biasanya muncul karena rasa penasaran mencoba produk baru, pengalaman memakai produk serupa dari merek lain, ketertarikan pada diskon, atau keinginan mengikuti tren produk yang sedang digemari masyarakat, (Naning, 2022).

2.1.9 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut (Rijalus et al., 2024) ada 5 (lima) indikator Perilaku Konsumtif.

1. *Value Of Shopping*

Pada indikator ini konsumen yang memiliki motivasi belanja *hedonic* sering kali tidak hanya mencari barang-barang mewah atau barang yang memberikan kepuasan emosional, tetapi juga merasakan kesenangan ketika mendapatkan produk dengan harga yang bagus. Diskon, penawaran spesial, atau produk dengan harga lebih murah dibandingkan nilai sebenarnya memberikan rasa pencapaian dan kegembiraan

2. *Role Shopping*

Dalam *role shopping*, seseorang mungkin berbelanja untuk orang lain atau sebagai bagian dari peran tertentu, misalnya sebagai orang tua, teman, atau pasangan. Aktivitas ini bisa memberikan rasa kesenangan, kepuasan, dan kebanggaan karena memenuhi tanggung jawab atau membuat orang lain bahagia. Kepuasan emosional yang dirasakan dari peran ini selaras dengan motif belanja hedonik, yang fokus pada kesenangan dan pengalaman emosional.

3. *Idea Shopping dan Gratification*

Indicator *idea shopping* menjelaskan tentang kegiatan belanja yang berfokus pada eksplorasi ide-ide baru, tren terbaru, atau inspirasi terkait produk. Konsumen

yang terlibat dalam idea shopping biasanya mencari kepuasan emosional melalui pencarian informasi, pengamatan inovasi, atau pembaruan gaya hidup.

4. *Social Shopping*

   Social shopping melibatkan aktivitas belanja yang dilakukan bersama teman, keluarga, atau kelompok sosial lainnya. Interaksi sosial ini memberikan kesempatan bagi konsumen untuk berkomunikasi, berdiskusi, dan berbagi pengalaman selama berbelanja, yang meningkatkan kesenangan emosional. Kegiatan belanja ini menjadi lebih dari sekadar membeli produk, tetapi juga menjadi pengalaman sosial yang menyenangkan.

5. *Adventure Shopping*

   adventure shopping melibatkan sensasi dan kesenangan yang berasal dari menjelajahi tempat-tempat baru, menemukan produk baru, atau sekadar menikmati suasana belanja.

2.2 Penelitian Terkait

Berdasarkan Penelitian (Monica et al., 2023) ditemukan bahwa literasi keuangan memberi pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan bekal literasi keuangan tersebut, mahasiswa diharapkan mampu mengelola keuangan pribadinya secara lebih bijak dan berbelanja dengan mempertimbangkan kebutuhan yang sesungguhnya. Studi tersebut memakai pendekatan kuantitatif deskriptif pada populasi 239 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Palangka Raya, dengan jumlah sampel yang dihitung memakai rumus Slovin pada taraf signifikansi 10 persen sehingga diperoleh 71 responden. Sampel dipilih secara purposive, yakni mahasiswa aktif berusia 19 hingga 26 tahun yang sudah menempuh mata kuliah Manajemen Keuangan. Temuan penelitian ini justru berbeda dari asumsi

yang umum berlaku, sebab literasi keuangan biasanya diyakini mampu menekan perilaku konsumtif, namun hasilnya justru menunjukkan arah pengaruh yang positif. Temuan ini membuka peluang bagi penelitian lanjutan untuk menelusuri faktor mediasi atau moderasi yang dapat menjelaskan kejanggalan tersebut.

Selain itu Berdasarkan hasil Penelitian yang telah dilakukan oleh (Jefri et al., 2025). Hasil studi tersebut memperlihatkan bahwa gaya hidup konsumtif serta tingkat paparan media sosial sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemakaian shopee *PayLater*. Semakin tinggi kecenderungan konsumtif yang dimiliki seseorang, semakin besar pula peluangnya untuk memanfaatkan *PayLater* sebagai opsi pembayaran. Di samping itu, tingginya intensitas bermedia sosial turut memperbesar paparan terhadap iklan dan kemudahan mengakses *PayLater*, sehingga kian mendorong munculnya perilaku konsumtif. Karena itu, diperlukan langkah edukasi keuangan yang lebih gencar agar kesadaran terhadap risiko pemakaian *PayLater* secara berlebihan dapat ditingkatkan. Penelitian mendatang disarankan menelaah lebih dalam aspek psikologis dan sosial yang melatarbelakangi keputusan penggunaan *PayLater*.

Temuan tersebut sejalan pula dengan hasil kajian yang dilakukan oleh (Indah & Desiyanti Rika, 2025) Teknologi keuangan (*Fintech*) terbukti berperan sebagai mediator antara literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa Universitas Bung Hatta, sekaligus memediasi hubungan gaya hidup dengan perilaku keuangan mahasiswa di kampus yang sama. Sampel penelitian ditentukan melalui teknik proportionate stratified random sampling, dengan pembagian yang proporsional di tujuh fakultas Universitas Bung Hatta, yakni FEB, FH, FKIP, FTSP, FPIK, FIB, dan FTI. Data dikumpulkan lewat kuesioner daring berbasis Google Form yang mencapai tingkat respons sebesar 90,91 persen.Data dianalisis dengan pendekatan Structural

Equation Modeling berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) memakai program SmartPLS 3. Pengujian meliputi penilaian model pengukuran (*convergent validity dan discriminant validity*), nilai *R Square*, serta penilaian model struktural melalui prosedur bootstrapping. Kajian ini berpijak pada *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan Ajzen (1991).

Temuan tersebut memperlihatkan adanya inkonsistensi pada peran gaya hidup. Gaya hidup ternyata tidak berpengaruh secara langsung terhadap perilaku keuangan (H2 ditolak), namun berpengaruh sangat signifikan terhadap teknologi keuangan (H4 diterima). Di sisi lain, gaya hidup tetap terbukti berpengaruh terhadap perilaku keuangan secara tidak langsung, yaitu melalui mediasi teknologi keuangan (H7 diterima). Kesenjangan antara pengaruh langsung dan tidak langsung ini menandakan pentingnya peran mediasi teknologi keuangan, sehingga perlu ditelusuri lebih jauh pada karakteristik populasi yang beragam.

2.2.1 Ringkasan penelitian terkait

Merujuk pada berbagai penelitian terdahulu yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki kemiripan sekaligus perbedaan dengan kajian-kajian sebelumnya. Kemiripannya terletak pada variabel yang digunakan, yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif. Adapun kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada dimasukkannya variabel penggunaan *PayLater* sebagai variabel mediasi penghubung literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, penelitian ini secara khusus menyasar mahasiswa di Kota Depok, yang jumlahnya cukup besar namun belum banyak diteliti secara spesifik.

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti dan

bagaimana variabel tersebut dianalisis dalam penelitian ini.

Variabel dalam penelitian ini:

1. Variabel Independen (X)
   a. Literasi Keuangan (X1)
   b. Gaya Hidup (X2)
2. Variabel Interfening (Y)
   a. Keputusan Penggunaan *Paylater*
3. Variabel Dependen (Z)
   a. Perilaku Konsumtif

2.3.1 Hubungan Antar Variabel

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan penggunaan

Tingkat literasi yang baik dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *PayLater* dengan bijak.

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*

Gaya Hidup yang hedonis dapat mendorong seseorang menggunakan *PayLater* sebagai transaksi kredit .

3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan yang rendah cenderung membuat individu kurang mampu mengelola keuangan secara bijak, sehingga lebih mudah memutuskan menggunakan layanan *PayLater* tanpa mempertimbangkan risiko maupun kemampuan pembayaran.

4. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup yang tinggi dan mengikuti tren dapat mendorong seseorang untuk menggunakan *PayLater* sebagai sarana memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumtifnya.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

5. Pengaruh Keputusan Penggunaan terhadap Perilaku Konsumtif

Ketika seseorang sudah memutuskan menggunakan *PayLater* artinya seseorang tersebut sudah atau ingin melakukan transaksi atas kebutuhan serta keinginan yang sudah dibelinya. Semakin tinggi limit *PayLater* seseorang semakin tinggi juga minat untuk melakukan transaksi menggunakan *PayLater.*

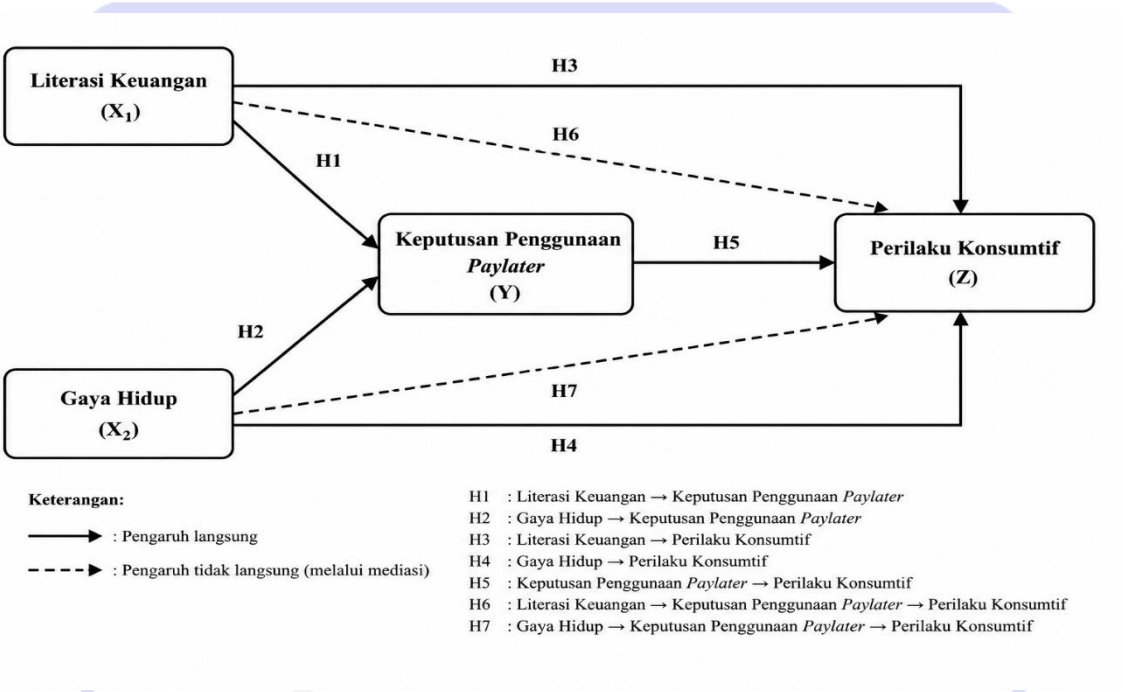
6. Peran Mediasi Keputusan Penggunaan *PayLater* dalam hubungan Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

Keterkaitan antarvariabel dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup sama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui keputusan penggunaan *PayLater* sebagai variabel mediasi. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih bijaksana dalam mengatur keuangannya serta lebih cermat sebelum memutuskan memakai layanan *PayLater*, sehingga risiko perilaku konsumtif dapat ditekan. Di sisi lain, gaya hidup yang cenderung ikut tren dan dorongan konsumsi dapat membuat seseorang memanfaatkan fasilitas *PayLater* demi memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Keputusan memakai *PayLater* tersebut selanjutnya menjadi faktor penghubung yang memicu munculnya perilaku konsumtif, sebab kemudahan sistem pembayarannya dapat memperbesar kecenderungan pembelian impulsif dan berlebihan. Dengan demikian, keputusan penggunaan *PayLater* bertindak sebagai variabel intervening yang menjembatani literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

2.3.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan representasi grafis dari hubungan antar variabel dalam penelitian. Biasanya ditampilkan dalam bentuk diagram atau model penelitian yang menggambarkan bagimana variabel-variabel saling berkaitan. Kerangka ini membantu memperjelas arah penelitian dan menjadi dasar dalam pengujian hipotesis.



Sumber: Peneliti, 2026

Gambar II. 1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

Z : Variabel Dependen (Perilaku Konsumtif)

Y : Variabel Mediasi (keputusan Penggunaan)

X2 : Variabel Independen (Gaya Hidup)

X1 : Literasi Keuangan

H1 : Pengaruh Literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan

H2 : Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

H3 : Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

H4 : Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

H5 : Pengaruh Keputusan Penggunaan terhadap Perilaku Konsumtif

H6 : Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Keputusan Penggunaan sebagai variabel mediasi

H7 :Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui Keputusan Penggunaan sebagai variabel mediasi

2.4 Hipotesis Penelitian

1. H1: Pengaruh Literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *Paylater*

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan serta mengambil keputusan keuangan secara efektif. Menurut Otoritas Jasa Keuangan OJK,2025 Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Teori ini didukung oleh penelitian (Putri et al., 2024) Hasil tersebut membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan s*PayLater* Gen Z.

Hipotesis H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater*

2. H2: Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *PayLater*

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) dalam (Jaya & Tri, 2023), gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, serta pandangannya terhadap kehidupan. Penelitian terdahulu yang dilakukan

(Jaya & Tri, 2023) menunjukan bahwa gaya hidup berpengaruh parsial terhadap variabel keputusan pembelian menggunakan *PayLater.*

Hipotesis H2: Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan *PayLater*

3. H3: Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut (Baiq, 2021), literasi keuangan merupakan kemampuan yang penting dimiliki setiap individu agar dapat terhindar dari berbagai permasalahan keuangan. Dalam kehidupan sehari-hari, seseorang sering dihadapkan pada kondisi *trade off*, yaitu situasi ketika harus memilih dan mengorbankan satu kepentingan untuk memenuhi kepentingan lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh(Monica et al., 2023) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa.

Hipotesis H3: Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

4. H4: Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) dalam (Jaya & Tri, 2023), gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, serta pandangannya terhadap kehidupan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Suci Octavia et all,2023) menyatakan bahwa Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif

Hipotesis H4: Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

5. **H5: Pengaruh Keputusan Penggunaan *PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif**

Sejalan dengan itu, Kotler dan Armstrong (2016:177) memandang keputusan penggunaan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang mengkaji bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, dan memakai barang, jasa, ide, maupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Kemudahan penggunaan serta fitur *PayLater* yang menggiurkan seperti limit pinjaman yang besar dapat meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif serta perilaku konsumtif.

Hipotesis H5: Keputusan Penggunaan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif

6. **H6: Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Keputusan Penggunaan *PayLater* sebagai Variabel Mediasi**

Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa literasi keuangan memengaruhi cara individu mengambil keputusan penggunaan layanan keuangan. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik akan lebih rasional dalam menggunakan *PayLater* sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtif. Hubungan ini diperkuat oleh penelitian (Emilia & Evaliati, 2024) variabel literasi keuangan dan variable risiko memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimoderasi dengan Penggunaan *Fintech Payment* (*PayLater*) Pada *Shopee*.

Hipotesis H6: Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui keputusan penggunaan *PayLater* sebagai variabel mediasi.

7. **H7: Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui Keputusan Penggunaan *PayLater* sebagai variabel mediasi.**

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) dalam (Jaya & Tri, 2023), gaya hidup merujuk pada pola menjalani kehidupan yang terlihat dari aktivitas, minat, dan pandangan seseorang terhadap kehidupan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dwi & Nuraeni, 2025) yang menunjukkan bahwa semakin konsumtif Gaya Hidup seseorang, maka semakin besar kecenderungannya untuk menggunakan *Shopee PayLater*, baik secara langsung maupun karena dorongan pembelian impulsif.

Hipotesis H7: Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui keputusan penggunaan *PayLater* sebagai variabel mediasi

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yakni metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pendekatan ini menitikberatkan pada pengukuran variabel serta analisis data berbentuk angka guna menjawab permasalahan penelitian secara objektif dan terukur (Sugiyono, 2023).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Corper, Donald, R; Schindler, Pamela S (2003) dalam buku (Sugiyono, 2023), populasi diartikan sebagai keseluruhan elemen yang menjadi wilayah generalisasi dalam penelitian. Setiap elemen populasi merupakan subjek yang hendak diukur dan menjadi unit yang diteliti. Dengan demikian, populasi tidak sekadar merujuk pada jumlah objek maupun subjek yang dikaji, melainkan juga mencakup seluruh karakteristik atau sifat yang melekat pada objek dan subjek tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Kota Depok Menurut (Badan Pusat Statistik, 2025) berjumlah ada 26.523 mahasiswa. Selanjutnya pernah menggunakan layanan *PayLater*, seperti Shopee *PayLater*, Go*PayLater*, Kredivo, Akulaku, dan layanan *PayLater* lainnya. Populasi ini dipilih karena mahasiswa merupakan salah satu kelompok pengguna layanan *PayLater* yang cukup

dominan dan memiliki karakteristik yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu literasi keuangan, gaya hidup, keputusan penggunaan, dan perilaku konsumtif.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiono 2023, sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Ketika populasi berukuran besar sehingga peneliti tidak dimungkinkan mengkaji seluruhnya, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka sampel yang diambil dari populasi itulah yang digunakan sebagai representasinya.

Teknik penarikan sampel yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada rumus Taro Yamane, yang juga dikenal dengan sebutan rumus Slovin. (Sugiyono, 2023) Rumus Taro Yamane atau Slovin ini lazim dipakai untuk menghitung jumlah sampel dari suatu populasi yang telah diketahui besarannya, sehingga diperoleh ukuran sampel yang cukup representatif pada tingkat kesalahan (margin of error) tertentu.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Presisi atau tingkat kesalahan yang diterapkan

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa aktif yang terdaftar di kota Depok berjumlah 26.523 mahasiswa. Tingkat kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 10% maka hasil perhitungan yang dihasilkan adalah 100 sampel.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

3.3 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2023) Variabel penelitian merupakan atribut, karakteristik, atau nilai yang terdapat pada individu, objek, maupun aktivitas yang memiliki variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

3.3.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Oalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), (Sugiyono, 2023). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Literasi Keuangan (X1)

Literasi keuangan dapat dimaknai sebagai kesanggupan individu dalam memahami, mengelola, dan memanfaatkan informasi keuangan secara efektif untuk pengambilan keputusan finansial sehari-hari. (OECD,2022) mengidentifikasi literasi keuangan ke dalam tiga dimensi, yakni pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap keuangan.

2. Gaya Hidup (X2)

Gaya hidup dapat dipahami sebagai pola menjalani kehidupan seseorang yang tampak dari aktivitas, minat, dan opininya. Konsep ini menjelaskan bagaimana seseorang mengalokasikan waktunya serta menentukan pilihan produk maupun layanan sesuai preferensi pribadinya. Dimensi gaya hidup yang dimaksud meliputi aktivitas, minat, dan opini.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

3.3.2 Variabel Intervening (Y)

Variabel intervening secara teoretis berperan mengubah hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung, sehingga tidak dapat diamati maupun diukur secara langsung. Posisinya berada di antara variabel independen dan dependen sebagai penyela, yang menyebabkan variabel independen memengaruhi variabel dependen secara tidak langsung.(Sugiyono, 2023).

1. Keputusan Penggunaan (Y)

Keputusan penggunaan adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan individu dalam menentukan apakah akan menggunakan suatu produk atau layanan berdasarkan kebutuhan, pertimbangan manfaat, kemudahan, serta faktor-faktor lain yang memengaruhi pilihannya. Dimensi keputusan penggunaan mengacu pada teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh (Fred D.Davis,1989) yaitu: Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, niat menggunakan, penggunaan aktual.

3.3.3 Variabel Dependen

Variabel jenis ini biasa disebut variabel output, kriteria, atau konsekuen, dan dalam bahasa Indonesia lazim disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi oleh keberadaan variabel bebas.(Sugiyono, 2023).

1. Perilaku Konsumtif (Z)

Perilaku Konsumtif adalah kecenderungan individu untuk melakukan pembelian atau penggunaan barang dan jasa secara berlebihan, sering kali didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, sehingga mempertimbangkan aspek manfaat dan kondisi keuangan. Dimensi Perilaku konsumtif menurut (Rijalus et al., 2024) yaitu:

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Value shopping, role shopping, idea shopping, gratification shopping, social shopping, adventure shopping.

3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono, operasionalisasi variabel merupakan atribut pada seseorang atau objek suatu kegiatan yang memiliki variasi tertentu, yang telah ditentukan oleh peneliti agar dapat dikaji dan selanjutnya ditarik kesimpulannya.

Guna memperoleh data penelitian, instrumen disusun dengan memakai skala Likert. Menurut Sugiyono, skala ini dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang atas suatu fenomena sosial yang dalam penelitian telah ditentukan secara khusus oleh peneliti dan disebut sebagai variabel penelitian. Melalui skala Likert, variabel yang hendak diukur dijabarkan menjadi sejumlah indikator, yang kemudian menjadi titik tolak dalam menyusun butir-butir instrumen berupa pernyataan maupun pertanyaan. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5 untuk mengukur persepsi responden mengenai literasi keuangan, gaya hidup, keputusan penggunaan, dan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Depok.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, contohnya :

Tabel III. 1 Bobot Penilaian Skala Likert

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

(Sumber: Sugiyono, 2022: 93)

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai variabel penelitian, definisi operasional, indikator,nomor butir pernyataan, dan teknik pengukuran masing-masing variabel disajikan dalam tabel berikut:

Tabel III. 2 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Butir Pernyataan	Pengkuruan variabel
1	**Literasi Keuangan OJK (2025)**	Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat	1. Kemampuan dasar mengelola keuangan 2.menabung dan merencanakan keuangan 3.memahami produk-produk investasi 4. Literasi keuangan pribadi 5.Selisih pengeluaran dan pendapatan 6.Tujuan keuangan 7.Mempertimbangkan	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	Variabel diukur dengan menggunakan skala likert dengan skor terendah 1 dan skor tertinggi 5
2	**Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007)**	gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, serta pandangannya terhadap kehidupan	1. Aktivitas 2. Minat 3. Pendapat	1, 2, 3, 4	Variabel diukur dengan menggunakan skala likert dengan skor terendah 1 dan skor tertinggi 5
3	**Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2016:177)**	keputusan penggunaan merupakan bagian dari perilaku konsumen yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, maupun	1.Persepsi penggunaan 2.Persepsi kemudahan penggunaan 3.Niat untuk menggunakan	1,2,3,4,5	Variabel diukur dengan menggunakan skala likert dengan skor terendah 1 dan skor tertinggi 5

		organisasi dalam memilih, membeli, serta menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka			
4	**Perilakun Konsumtif (Sukma Irdiana, 2024)**	Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang lebih mengutamakan gaya hidup dan kepuasan pribadi dibandingkan kebutuhan yang sebenarnya	1.Value Of Shopping 2.Role Shopping 3.Idea shopping and gratification 4.Social Shopping 5.Adventure Shopping	1,2,3,4,5,6	Variabel diukur dengan menggunakan skala likert dengan skor terendah 1 dan skor tertinggi 5

Sumber: (Penulis, 2026)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini dinilai efisien apabila peneliti sudah mengetahui secara pasti variabel yang hendak diukur beserta jawaban yang diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok diterapkan ketika jumlah responden cukup banyak dan tersebar di wilayah yang luas.(Sugiyono, 2023).

2. Studi Pustaka

Studi pustaka mencakup kajian teori serta berbagai referensi lain yang berkaitan dengan pemahaman terhadap objek penelitian. Referensi yang usianya lebih dari lima tahun umumnya dipandang kurang mutakhir, sehingga jurnal maupun sumber daring lebih diutamakan sebagai rujukan dalam menyusun landasan teori.(Sugiyono, 2023).

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang dipakai peneliti untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati. Fungsinya adalah memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga hasilnya dapat dianalisis dan dipakai untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Instrumen pengumpulan data pada penelitian ini berbentuk kuesioner terbuka yang memuat daftar pernyataan terstruktur, diturunkan langsung dari indikator pada definisi operasional variabel. Kuesioner tersebut selanjutnya disebarkan kepada responden yang memenuhi kriteria (Mahasiswa di Kota Depok) untuk diisi, dengan cara memilih salah satu opsi jawaban yang tersedia sesuai kondisi atau persepsi yang dirasakan secara objektif.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang terdapat pada operasionalisasi variabel. Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen akan diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten.

3.7 Teknik Analisa Data

Analisis data pada penelitian ini memakai metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan alat bantu SmartPLS

4.0. Metode ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan antarvariabel laten yang kompleks, tidak mensyaratkan distribusi data normal secara multivariat, dan dapat diterapkan pada model penelitian yang bersifat prediktif. Menurut (Ghozali, 2023), PLS merupakan metode analisis yang bersifat powerful karena tidak mengharuskan data memenuhi berbagai asumsi statistik yang ketat seperti pada SEM berbasis kovarians . Tahapan analisis data menggunakan PLS-SEM meliputi evaluasi model pengukuran (outer model), evaluasi model struktural (innear model), dan pengujian hipotesis.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban responden terhadap setiap indikator penelitian. Statistik deskriptif yang digunakan meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi.

3.7.1.1 Pengujian *Outer Model*

Evaluasi outer model dilakukan untuk mengukur validitas dan reabilitas indikator dalam merefleksikan konstruk penelitian pengujian outer model meliputi:

1. *Convergent Validity*

Convergent validity bertujuan untuk mengetahui kemampuan indikator dalam menjelaskan variabel laten. Pengukuran dilakukan dengan melihat nilai:

a. *Outer Loading*

- Nilai *outer loading* ≥ 0,70 dianggap sangat baik merepresentasikan konstruk
- Nilai *outer loading* yang nilainya dibawah 0,60 dapat dibuang
- Nilai ≥ 0,60-0,70 masih dapat diterima pada penelitian tahap pengembangan

b. *Average Variance Extracted* (AVE)

Nilai AVE harus lebih besar ≥ 0,50 menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikatornya.

2. *Discriminant Validity*

Discriminant validity digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya.

Pengujian dilakukan menggunakan:

a. *Fornell-Larcker Criterion*

b. *Cross Loading*

c. *Heterotrait- Monotrait Ratio* (HTMT)

3. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas pada SmartPLS bertujuan mengukur konsistensi dan kestabilan jawaban responden atas kuesioner maupun indikator, dengan reliabilitas konstruk yang diukur melalui:

a. *Cronbach's Alpha* . Nilai ≥ 0,70 menunjukkan rebilitas yang baik

b. *Composite Reability* ≥ 0,70 menunjukan konstruk reliabel

Menurut (Ghozali, 2023) pada penelitian yang masih bersifat eksploratif nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reability* antara **0,60 – 0,70** masih dapat diterima.

3.7.1.2 **Pengujian *Inner Model***

Menurut (Ghozali, 2023) inner model, atau yang biasa disebut model struktural, dipakai untuk mengetahui hubungan antarvariabel laten dalam model penelitian. Pengujiannya dilakukan dengan meninjau:

1. *Coefficient of Determination* (R^2)

Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Kriteria nilai R^2 menurut (Ghozali, 2023) :

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

a. 0,75 = Substansial

b. 0,50 = moderat

c. 0,25 = Lemah

Pada penelitian ini, nilai R^2 dipakai untuk menilai sejauh mana Literasi Keuangan dan Gaya Hidup mampu menerangkan Keputusan Penggunaan, serta sejauh mana Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Keputusan Penggunaan mampu menerangkan Perilaku Konsumtif.

2. *Effect Size (f^2)*

Pengujian f^2 digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Kriteria nilai f^2:

a. 0,02 = Kecil

b. 0,15 = Sedang

c. 0,35 = Besar

3. *Predictive Relevance (Q^2)*

Nilai Q^2 digunakan untuk mengukur kemampuan prediksi model penelitian. Kriteria: $Q^2 > 0$ menunjukan model memiliki relevansi prediktif.

4. Uji Multikolinearitas

Pengujiaj multikolinearitas dilakukan dengan melihat *variance inflation factor (VIF).* Pada model struktual. Menurut (Ghozali, 2023) model dikatakan terbebas dari masalah multikolinearitas jika nilai VIF-nya rendah, yang berarti tidak ditemukan korelasi tinggi antarvariabel prediktor dalam model tersebut.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode Bootstrapping pada SmartPLS. Menurut (Ghozali, 2023), metode bootstrapping merupakan metode resampling yang paling sering digunakan dalam analisis SEM berbasis PLS.

Kriteria pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai T-Statistic > 1,96 dan P-Value < 0,05 maka hipotesis diterima
2. Jika nilai T-Statistic ≤ 1,96 dan P-Value > 0,05, maka hipotesis ditolak

Pengujian hipotesis dilakukan terhadap hubungan:

- Literasi Keuangan → Keputusan Penggunaan
- Gaya Hidup → Keputusan Penggunaan
- Literasi Keuangan → Perilaku Konsumtif
- Gaya Hidup → Perilaku Konsumtif
- Keputusan Penggunaan → Perilaku Konsumtif
- Literasi Keuangan → Keputusan Penggunaan → Perilaku Konsumtif
- Gaya Hidup → Keputusan Penggunaan → Perilaku Konsumtif

6. Uji Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Efffect)

Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan untuk mengetahui peran Keputusan Penggunaan sebagai variable intervening dalam hubungan antara Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. Pengujian dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan melihat nilai T-Statistic dan P-Value pada jalur mediasi. Suatu efek mediasi dinyatakan signifikan apabila memenuhi kriteria:

- T-statistic > 1,96
- p-value < 0,05

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Apabila kriteria tersebut tidak terpenuhi, maka variabel intervening dinyatakan tidak mampu memediasi hubungan antarvariabel yang diuji.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Kota Depok merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat dikenal sebagai kota pendidikan karena terdapat banyak perguruan tinggi negeri maupun swasta. Keberadaan berbagai perguruan tinggi menyebabkan jumlah mahasiswa di Kota Depok relatif besar dan berasal dari berbagai latar belakang sosial ekonomi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah mahasiswa di Kota Depok mencapai **26.523** orang, sehingga kelompok ini menjadi populasi yang relevan dalam penelitian mengenai penggunaan layanan keuangan digital khususnya fitur *Buy Now Pay Later* (BNPL).

Perkembangan teknologi finansial telah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan. Salah satu inovasi yang banyak dimanfaatkan adalah layanan *PayLater* yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian terlebih dahulu dan pembayaran dilakukan di kemudian hari. Salah satu contohnya di Indonesia adalah Shopee *PayLater* menjadi satu layanan yang banyak digunakan karena menawarkan kemudahan transaksi, proses pendaftaran yang mudah, serta promosi yang menarik.

Mahasiswa merupakan kelompok yang akrab dengan perkembangan teknologi digital dan aktivitas belanja daring. Kondisi ini menjadikan mahasiswa sebagai kelompok yang potensial dalam penggunaan layanan *PayLater*. Namun demikian, penggunaan layanan tersebut juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan tingkat literasi keuangan yang baik. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan, gaya hidup,

terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui Paylater di Depok.

4.2 Karakteristik Responden

Bagian ini menjelaskan kondisi masing-masing variabel penelitian berdasarkan tanggapan responden.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	50	50,0
Perempuan	50	50,0
Total	100	100,0

Sumber: Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 50 orang berjenis kelamin laki-laki (50,0%) dan 50 orang berjenis kelamin perempuan (50,0%). Komposisi ini menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki proporsi yang seimbang antara laki-laki dan perempuan, sehingga hasil penelitian dapat merepresentasikan penggunaan layanan *PayLater* tanpa didominasi oleh salah satu jenis kelamin tertentu.

Komposisi responden yang didominasi oleh usia 21-30 tahun juga sejalan dengan data dari (Nurul, 2025) Pefindo Biro Kredit (IdScore) ,karakteristik pengguna layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) per Desember 2025 di Indonesi Secara demografis, kelompok usia 20–30 tahun mendominasi jumlah debitur dengan persentase sebesar 45,08%. Layanan *PayLater* lebih banyak dimanfaatkan oleh kelompok usia muda atau dewasa awal karena kelompok ini memiliki intensitas penggunaan internet dan platform belanja daring yang tinggi, serta cenderung lebih cepat menerima inovasi dalam sistem pembayaran digital. Oleh karena itu, dominasi responden pada rentang usia tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian telah

sesuai dengan karakteristik pengguna *PayLater* yang menjadi fokus penelitian.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17–20 Tahun	6	6,0
21–30 Tahun	84	84,0
31–40 Tahun	10	10,0
Total	100	100,0

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 21–30 tahun, yaitu sebanyak 84 orang (84,0%). Selanjutnya diikuti oleh responden dengan rentang usia 31–40 tahun sebanyak 10 orang (10,0%), dan responden dengan rentang usia 17–20 tahun sebanyak 6 orang (6,0%). Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna layanan *PayLater* di kalangan mahasiswa Kota Depok berada pada usia produktif kuliah, yang pada umumnya sudah memiliki kebutuhan finansial dan gaya hidup konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia yang lebih muda.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Mahasiswa

Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Mahasiswa

Status Mahasiswa	Frekuensi	Persentase (%)
Mahasiswa Aktif	98	98,0
Mahasiswa Non-Aktif	2	2,0
Total	100	100,0

Sumber: Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 4.3, sebagian besar responden merupakan mahasiswa aktif, yaitu sebanyak 98 orang (98,0%), sedangkan mahasiswa non-aktif hanya berjumlah 2 orang (2,0%). Dominasi status mahasiswa aktif ini relevan dengan tujuan penelitian

yang berfokus pada perilaku keuangan dan konsumsi mahasiswa yang sedang menjalani proses perkuliahan di Kota Depok.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Asal Perguruan Tinggi	Frekuensi	Persentase (%)
Universitas Nusa Mandiri	34	34,0
Universitas Indonesia	20	20,0
Universitas Bina Sarana Informatika	16	16,0
Universitas Gunadarma	14	14,0
Politeknik Negeri Jakarta	12	12,0
Universitas Islam Internasional Indonesia	4	4,0
Total	100	100,0

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 4.4 memperlihatkan bahwa responden penelitian berasal dari berbagai perguruan tinggi yang berlokasi di Kota Depok maupun sekitarnya. Responden terbanyak berasal dari Universitas Nusa Mandiri sebanyak 33 orang (33,0%), diikuti oleh Universitas Indonesia sebanyak 20 orang (20,0%), Universitas Bina Sarana Informatika sebanyak 16 orang (16,0%), Universitas Gunadarma sebanyak 14 orang (14,0%), Politeknik Negeri Jakarta sebanyak 12 orang (12,0%), Universitas Islam Internasional Indonesia sebanyak 4 orang (4,0%), Dominasi responden dari Universitas Nusa Mandiri kemungkinan disebabkan oleh jangkauan penyebaran kuesioner yang lebih luas pada mahasiswa kampus tersebut. Meskipun demikian, keberadaan responden dari beberapa perguruan tinggi lain menunjukkan bahwa data penelitian tidak sepenuhnya terpusat pada satu kampus, sehingga tetap cukup representatif untuk menggambarkan perilaku mahasiswa pengguna *PayLater* di Kota Depok secara umum.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Tabel IV. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
Diploma (D3/D4)	13	13,0
Sarjana (S1)	84	84,0
Pascasarjana (S2/S3)	3	3,0
Total	100	100,0

Sumber: Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 4.5, mayoritas responden sedang menempuh jenjang pendidikan Sarjana (S1) yaitu sebanyak 84 orang (84,0%), diikuti oleh jenjang Diploma (D3/D4) sebanyak 13 orang (13,0%), dan jenjang Pascasarjana (S2/S3) sebanyak 3 orang (3,0%). Dominasi jenjang S1 ini sejalan dengan populasi mahasiswa aktif pada umumnya yang menempuh masa studi lebih panjang, sehingga memiliki interaksi yang lebih intensif dengan kebutuhan finansial sehari-hari, termasuk penggunaan layanan *PayLater*.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Tabel IV. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester Saat Ini

Semester	Frekuensi	Persentase (%)
Semester 1–2	3	3,0
Semester 3–4	18	18,0
Semester 5–6	34	34,0
Semester 7–8	45	45,0
Total	100	100,0

Sumber: Peneliti, 2026

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden terbanyak berada pada Semester 7–8, yaitu sebanyak 45 orang (45,0%), diikuti oleh Semester 5–6 sebanyak 34 orang (34,0%), Semester 3–4 sebanyak 18 orang (18,0%), dan Semester 1–2 sebanyak orang

(3,0%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan mahasiswa tingkat akhir yang cenderung memiliki kebutuhan finansial yang lebih kompleks, seperti biaya penyusunan tugas akhir, kebutuhan magang, maupun kebutuhan hidup sehari-hari, sehingga lebih terbuka terhadap penggunaan layanan *PayLater* sebagai alternatif pembayaran.

4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Tabel IV. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
Kota Depok	88	88,0
Luar Kota Depok	12	12,0
Total	100	100,0

Sumber: Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 4.7, sebanyak 88 responden (88,0%) berdomisili di Kota Depok, sedangkan 12 responden (12,0%) berdomisili di luar Kota Depok namun berkuliah di perguruan tinggi yang berada di wilayah Depok. Seluruh responden tersebut tetap memenuhi kriteria penelitian karena telah lolos pertanyaan penyaring (screening question), yaitu berdomisili dan/atau berkuliah di Kota Depok serta pernah menggunakan layanan *PayLater*. Dominasi responden yang berdomisili di Kota Depok memperkuat relevansi penelitian ini dengan objek lokasi yang dituju.

4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan *PayLater* yang Digunakan

Tabel IV. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan *PayLater* yang Digunakan

Layanan *PayLater*	Frekuensi	Persentase (%)
Shopee *PayLater*	74	74,0
Go*PayLater*	25	25,0
Traveloka *PayLater*	17	17,0

Layanan *PayLater*	Frekuensi	Persentase (%)
Kredivo	12	12,0
Akulaku *PayLater*	4	4,0

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa layanan *PayLater* yang paling banyak digunakan oleh responden adalah Shopee *PayLater*, yaitu digunakan oleh 74 responden (74,0%), diikuti oleh Go*PayLater* sebanyak 25 responden (25,0%), Traveloka *PayLater* sebanyak 17 responden (17,0%), Kredivo sebanyak 12 responden (12,0%), dan Akulaku *PayLater* sebanyak 4 responden (4,0%). Dominasi Shopee *PayLater* mengindikasikan bahwa layanan ini paling populer di kalangan mahasiswa kemungkinan karena integrasinya yang langsung dengan platform belanja daring (*e-commerce*) yang sering digunakan mahasiswa dalam aktivitas belanja sehari-hari.

4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *PayLater*

Tabel IV. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *PayLater*

Lama Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
< 6 bulan	27	27,0
6 bulan – 1 tahun	53	53,0
1–2 tahun	15	15,0
> 2 tahun	5	5,0
Total	100	100,0

Sumber: Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 4.9, mayoritas responden telah menggunakan layanan *PayLater* selama 6 bulan hingga 1 tahun, yaitu sebanyak 53 orang (53,0%), diikuti oleh responden dengan lama penggunaan kurang dari 6 bulan sebanyak 27 orang (27,0%), 1–2 tahun sebanyak 15 orang (15,0%), dan lebih dari 2 tahun sebanyak 5 orang (5,0%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan

pengguna yang relatif baru hingga menengah, sehingga fenomena penggunaan *PayLater* pada kalangan mahasiswa di Kota Depok dapat dikategorikan sebagai tren yang berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir.

4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *PayLater*

Tabel IV. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *PayLater* dalam 1 Tahun Terakhir

Frekuensi Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
1–2 kali	37	37,0
3–5 kali	40	40,0
6–10 kali	17	17,0
> 10 kali	6	6,0
Total	100	100,0

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan *PayLater* dalam satu tahun terakhir paling banyak berada pada rentang 3–5 kali, yaitu sebanyak 40 orang (40,0%), diikuti oleh rentang 1–2 kali sebanyak 37 orang (37,0%), rentang 6–10 kali sebanyak 17 orang (17,0%), dan lebih dari 10 kali sebanyak 6 orang (6,0%). Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menggunakan *PayLater* dengan intensitas sedang, bukan sebagai metode pembayaran utama yang digunakan secara terus-menerus, namun cukup sering dimanfaatkan sebagai alternatif pembayaran dalam transaksi tertentu.

4.2.11 Ringkasan Karakteristik Responden

Secara keseluruhan, karakteristik responden dalam penelitian ini menggambarkan profil mahasiswa aktif jenjang Sarjana (S1) yang berusia 21–30 tahun, berdomisili di Kota Depok, berada pada semester akhir (7–8), serta merupakan pengguna aktif layanan Shopee *PayLater* dengan lama penggunaan 6 bulan hingga 1

tahun dan frekuensi penggunaan sebanyak 3–5 kali dalam setahun terakhir. Proporsi jenis kelamin yang seimbang antara laki-laki dan perempuan turut memperkuat representativitas data dalam menggambarkan perilaku penggunaan *PayLater* dan perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Depok secara lebih objektif.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Sub bab ini menjelaskan gambaran masing-masing variabel penelitian berdasarkan tanggapan 100 responden terhadap butir-butir pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, yang meliputi variabel Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), Keputusan Penggunaan *PayLater* (Y), dan Perilaku Konsumtif (Z). Setiap butir pernyataan diukur menggunakan skala Likert 1–5, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS = 1), Tidak Setuju (TS = 2), Netral (N = 3), Setuju (S = 4), dan Sangat Setuju (SS = 5).

Untuk menginterpretasikan nilai rata-rata (mean) jawaban responden pada setiap butir maupun variabel, digunakan rentang skala sebagai berikut: nilai 1,00–1,80 dikategorikan Sangat Rendah, 1,81–2,60 dikategorikan Rendah, 2,61–3,40 dikategorikan Sedang, 3,41–4,20 dikategorikan Tinggi, dan 4,21–5,00 dikategorikan Sangat Tinggi. Rentang skala tersebut diperoleh dari perhitungan (nilai maksimum – nilai minimum) dibagi jumlah kategori, yaitu (5–1)/5 = 0,80.

4.3.1 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X1)

Variabel Literasi Keuangan (X1) diukur melalui 10 (sepuluh) butir pernyataan yang mencerminkan kemampuan responden dalam mengelola pengeluaran, menabung, memahami produk keuangan, serta merencanakan keuangan pribadi. Hasil tanggapan responden terhadap variabel ini disajikan pada Tabel IV.11 berikut:

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Tabel IV. 11 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X1)

Item	Frekuensi Responden					Total	Presentasi Responden					Total %	Mean
	STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
LK1	0	9	37	36	18	100	0,0%	9,0%	37,0%	36,0%	18,0%	100%	3,63
LK2	1	6	42	41	10	100	1,0%	6,0%	42,0%	41,0%	10,0%	100%	3,53
LK3	0	5	43	38	14	100	0,0%	5,0%	43,0%	38,0%	14,0%	100%	3,61
LK4	0	10	39	35	16	100	0,0%	10,0%	39,0%	35,0%	16,0%	100%	3,57
LK5	0	9	30	38	23	100	0,0%	9,0%	30,0%	38,0%	23,0%	100%	3,75
LK6	1	6	42	36	15	100	1,0%	6,0%	42,0%	36,0%	15,0%	100%	3,58
LK7	0	8	35	41	16	100	0,0%	8,0%	35,0%	41,0%	16,0%	100%	3,65
LK8	2	6	32	41	19	100	2,0%	6,0%	32,0%	41,0%	19,0%	100%	3,69
LK9	0	9	34	39	18	100	0,0%	9,0%	34,0%	39,0%	18,0%	100%	3,66
LK10	1	10	34	39	16	100	1,0%	10,0%	34,0%	39,0%	16,0%	100%	3,59

Sumber : Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel IV.11, seluruh butir pernyataan pada variabel Literasi Keuangan (X1) berada pada kategori Tinggi, dengan nilai rata-rata berkisar antara 3,53 hingga 3,75. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir LK5 mengenai responden yang memahami fungsi dan manfaat produk perbankan seperti tabungan dan deposito, dengan mean sebesar 3,75. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada butir LK2 mengenai responden yang mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan sehari-hari, dengan mean sebesar 3,53. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel Literasi Keuangan (X1) adalah sebesar 3,63, yang berada pada kategori Tinggi.

Mahasiswa pengguna *PayLater* di Kota Depok secara umum sudah memiliki pemahaman dan kemampuan pengelolaan keuangan pribadi yang cukup baik, meskipun aspek pencatatan keuangan harian (LK2) relatif menjadi area yang paling perlu ditingkatkan dibandingkan aspek literasi keuangan lainnya.

4.3.2 Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X2)

Variabel Gaya Hidup (X2) diukur melalui 5 (lima) butir pernyataan yang mencerminkan aktivitas penggunaan aplikasi digital, ketertarikan terhadap kemudahan

metode pembayaran, serta penyesuaian gaya hidup dengan perkembangan zaman. Hasil tanggapan responden terhadap variabel ini disajikan pada Tabel IV.12 berikut.

Tabel IV. 12 Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X2)

Item	Frekuensi Responden					Total	Presentasi Responden					Total %	Mean
	STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
GH1	0	8	31	42	19	100	0,0%	8,0%	31,0%	42,0%	19,0%	100%	3,72
GH2	3	7	34	40	16	100	3,0%	7,0%	34,0%	40,0%	16,0%	100%	3,59
GH3	0	3	42	39	16	100	0,0%	3,0%	42,0%	39,0%	16,0%	100%	3,68
GH4	0	5	39	38	18	100	0,0%	5,0%	39,0%	38,0%	18,0%	100%	3,69
GH5	1	10	36	38	15	100	1,0%	10,0%	36,0%	38,0%	15,0%	100%	3,56

Sumber : Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel IV.12, seluruh butir pernyataan pada variabel Gaya Hidup (X2) berada pada kategori Tinggi, dengan nilai rata-rata berkisar antara 3,56 hingga 3,72. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir GH1 mengenai responden yang aktif menggunakan aplikasi digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dengan mean sebesar 3,72. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada butir GH5 mengenai responden yang berpendapat bahwa penggunaan *PayLater* dapat mendukung gaya hidup modern, dengan mean sebesar 3,56. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel Gaya Hidup (X2) adalah sebesar 3,65, yang berada pada kategori Tinggi. Hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa di Kota Depok cenderung memiliki gaya hidup yang adaptif terhadap teknologi digital dan kemudahan transaksi, yang pada akhirnya turut mendorong ketertarikan mereka terhadap layanan pembayaran seperti *PayLater*.

4.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Penggunaan *PayLater* (Y)

Variabel Keputusan Penggunaan *PayLater* (Y) diukur melalui 5 (lima) butir pernyataan yang mencerminkan manfaat, kemudahan, keinginan, serta rencana keberlanjutan penggunaan layanan *PayLater* oleh responden. Hasil tanggapan responden terhadap variabel ini disajikan pada Tabel IV.13 berikut.

Tabel IV. 13 Deskripsi Variabel Keputusan Penggunaan PayLater (Y)

Item	Frekuensi Responden					Total	Presentasi Responden					Total %	Mean
	STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
KPP1	0	10	29	42	19	100	0,0%	10,0%	29,0%	42,0%	19,0%	100%	3,70
KPP2	0	9	32	42	17	100	0,0%	9,0%	32,0%	42,0%	17,0%	100%	3,67
KPP3	2	6	31	44	17	100	2,0%	6,0%	31,0%	44,0%	17,0%	100%	3,68
KPP4	2	11	24	40	23	100	2,0%	11,0%	24,0%	40,0%	23,0%	100%	3,71
KPP5	0	10	37	36	17	100	0,0%	10,0%	37,0%	36,0%	17,0%	100%	3,60

Sumber : Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel IV.13, seluruh butir pernyataan pada variabel Keputusan Penggunaan *PayLater* (Y) berada pada kategori Tinggi, dengan nilai rata-rata berkisar antara 3,60 hingga 3,71. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir KPP4 mengenai responden yang berencana untuk terus menggunakan layanan *PayLater* pada transaksi mendatang, dengan mean sebesar 3,71. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada butir KPP5 mengenai responden yang dapat menggunakan layanan *PayLater* tanpa mengalami kesulitan, dengan mean sebesar 3,60. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel Keputusan Penggunaan *PayLater* (Y) adalah sebesar 3,67, yang berada pada kategori Tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa di Kota Depok memiliki kecenderungan yang cukup tinggi untuk memutuskan menggunakan layanan *PayLater*, didorong oleh manfaat kemudahan transaksi serta niat untuk terus menggunakannya pada masa mendatang.

4.3.4 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Z)

Variabel Perilaku Konsumtif (Z) diukur melalui 6 (enam) butir pernyataan yang mencerminkan kepuasan dalam berbelanja, ketertarikan terhadap produk baru, serta kecenderungan berbelanja yang dipengaruhi oleh faktor emosional maupun

sosial. Hasil tanggapan responden terhadap variabel ini disajikan pada Tabel IV.14 berikut:

Tabel IV. 14 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Z)

Item	Frekuensi Responden					Total	Presentasi Responden					Total %	Mean
	STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
PK1	0	4	29	48	19	100	0,0%	4,0%	29,0%	48,0%	19,0%	100%	3,82
PK2	0	8	32	37	23	100	0,0%	8,0%	32,0%	37,0%	23,0%	100%	3,75
PK3	0	4	30	51	15	100	0,0%	4,0%	30,0%	51,0%	15,0%	100%	3,77
PK4	0	6	33	41	20	100	0,0%	6,0%	33,0%	41,0%	20,0%	100%	3,75
PK5	0	8	39	31	22	100	0,0%	8,0%	39,0%	31,0%	22,0%	100%	3,67
PK6	0	7	30	44	19	100	0,0%	7,0%	30,0%	44,0%	19,0%	100%	3,75

Sumber : Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel IV.14, seluruh butir pernyataan pada variabel Perilaku Konsumtif (Z) berada pada kategori Tinggi, dengan nilai rata-rata berkisar antara 3,67 hingga 3,82. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir PK1 mengenai responden yang merasa puas ketika membeli produk yang sedang mendapatkan diskon atau promo, dengan mean sebesar 3,82. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada butir PK5 mengenai responden yang menikmati kegiatan berbelanja bersama teman atau orang terdekat, dengan mean sebesar 3,67. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel Perilaku Konsumtif (Z) adalah sebesar 3,75, yang berada pada kategori Tinggi.

Hasil ini mengindikasikan bahwa penggunaan *PayLater* turut berasosiasi dengan kecenderungan perilaku konsumtif yang cukup tinggi pada mahasiswa di Kota Depok, terutama yang didorong oleh promo/diskon dan ketertarikan terhadap produk-produk baru nilai rata-rata variabel ini merupakan yang tertinggi di antara keempat variabel penelitian.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

4.3.5 Ringkasan Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel IV. 15 Rekapitulasi Rata-Rata Skor Variabel Penelitian

Variabel	Nama Variabel	Rata-Rata Skor	Kategori
X1	Literasi Keuangan	3,63	Tinggi
X2	Gaya Hidup	3,65	Tinggi
Y	Keputusan Penggunaan *PayLater*	3,67	Tinggi
Z	Perilaku Konsumtif	3,75	Tinggi

Sumber : Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel IV.15, keempat variabel dalam penelitian ini, yaitu Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), Keputusan Penggunaan *PayLater* (Y), dan Perilaku Konsumtif (Z), secara keseluruhan berada pada kategori Tinggi dengan nilai rata-rata skor antara 3,63 hingga 3,75. Variabel Perilaku Konsumtif (Z) memiliki nilai rata-rata tertinggi (3,75), sedangkan variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai rata-rata terendah (3,63) di antara keempat variabel tersebut. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa pengguna *PayLater* di Kota Depok memiliki tingkat literasi keuangan dan gaya hidup yang cukup baik, yang turut mendorong keputusan mereka dalam menggunakan layanan *PayLater*, namun di sisi lain juga diikuti dengan kecenderungan perilaku konsumtif yang relatif tinggi.

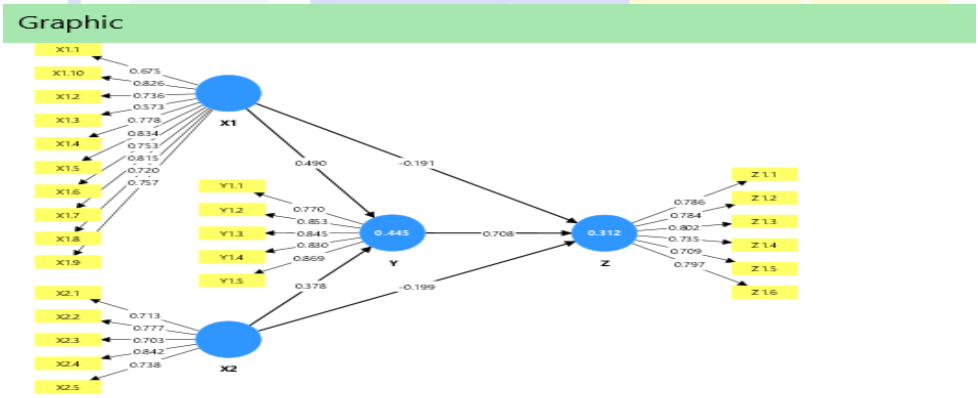
4.4 Hasil Analisis Data

Setelah dilakukan analisis deskriftif terhadap karakteristik responden dan variabel penelitian, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis data menggunakan metode *Structual Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.1.1.8. Analisis ini bertujuan untuk menguji kualitas instrumen penelitian serta hubungan antar variabel yang telah dirumuskan dalam model penelitian. Pengujian dilakukan melalui evaluasi model pengukuran (outer

model), model struktural (inner model) dan pengujian hipotesis. Hasil analisis data disajikan sebagai berikut.

4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis model pengukuran (outer model) dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur konstruk penelitian. Evaluasi model pengukuran meliputi pengujian convergent validity, discriminant validity dan reliabilitas konstruk. Hasil pengolahan data menggunakan aplikasi Smart PLS 4.1.1.8 ditampilkan pada gambar sebagai berikut:



Sumber: Penulis, 2026

Gambar IV. 1 Model Penelitian

Berdasarkan gambar tersebut, model penelitian terdiri atas dua variabel eksogen, yaitu Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), satu variabel intervening yaitu Penggunaan *PayLater* (Y) dan satu variabel endogen yaitu Perilaku Konsumtif(Z)

a. Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai outer loading setiap indikator dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk. Suatu indikator dinyatakan

valid apabila nilai outer loading > 0,50(Ghozali, 2023), dan suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai AVE > 0,50.

Tabel IV. 16 Hasil Outer Loading

Konstruk	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,675	Valid
	X1.2	0,736	Valid
	X1.3	0,573	Valid
	X1.4	0,778	Valid
	X1.5	0,834	Valid
	X1.6	0,753	Valid
	X1.7	0,815	Valid
	X1.8	0,720	Valid
	X1.9	0,757	Valid
	X1.10	0,826	Valid
Gaya Hidup (X2)	X2.1	0,713	Valid
	X2.2	0,777	Valid
	X2.3	0,703	Valid
	X2.4	0,842	Valid
	X2.5	0,738	Valid
Penggunaan *PayLater* (Y)	Y1.1	0,770	Valid
	Y1.2	0,853	Valid
	Y1.3	0,845	Valid
	Y1.4	0,830	Valid
	Y1.5	0,869	Valid
Perilaku Konsumtif (Z)	Z1.1	0,786	Valid
	Z1.2	0,784	Valid
	Z1.3	0,802	Valid
	Z1.4	0,735	Valid
	Z1.5	0,709	Valid
	Z1.6	0,797	Valid

Sumber:Peneliti, 2026

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Seluruh indikator pada keempat konstruk memiliki outer loading di atas 0,50, sehingga dinyatakan valid. Perlu dicatat bahwa indikator X1.3 memiliki nilai loading terendah (0,573), jauh di bawah rata-rata indikator lain pada konstruk yang sama (berkisar 0,72-0,83). Meskipun masih memenuhi syarat minimum, item ini tergolong lemah dan sebaiknya ditelaah ulang redaksi/konten pernyataannya pada penelitian selanjutnya.

Tabel IV. 17 Hasil *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	AVE	Kriteria	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,563	> 0,50	Valid
Gaya Hidup (X2)	0,572	> 0,50	Valid
Penggunaan *PayLater* (Y)	0,695	> 0,50	Valid
Perilaku Konsumtif (Z)	0,592	> 0,50	Valid

Sumber:Peneliti, 2026

Seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas 0,50, sehingga validitas konvergen model pengukuran telah terpenuhi.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas bertujuan untuk menilai tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur suatu konstruk sehingga menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Pengukuran reliabilitas konstruk dalam penelitian ini dilakukan menggunakan nilai ***Cronbach's Alpha*** dan ***Composite Reliability (rho_c)***. Nilai ***Cronbach's Alpha*** digunakan untuk mengukur konsistensi internal antarindikator dalam satu konstruk, sedangkan ***Composite Reliability (rho_c)*** memberikan estimasi reliabilitas yang lebih akurat pada model PLS-SEM karena mempertimbangkan besarnya nilai outer loading setiap indikator. Suatu Konstruk dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai ***Cronbach's Alpha*** dan ***Composite Reliability (rho_c)*** masing-masing lebih besar dari **0,70**, yang menunjukan bahwa indikator-

indikator dalam konstruk tersebut memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut

Tabel IV. 18 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_c)	Kriteria	Keterangan
X1 (Literasi Keuangan)	0,912	0,927	> 0,70	Reliabel
X2 (Gaya Hidup)	0,813	0,869	> 0,70	Reliabel
Y (Penggunaan *PayLater*)	0,890	0,919	> 0,70	Reliabel
Z (Perilaku Konsumtif)	0,863	0,897	> 0,70	Reliabel

Sumber:Peneliti, 2026

Seluruh konstruk dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability berada di atas 0,70, menunjukkan konsistensi internal indikator yang baik dalam mengukur masing-masing konstruk.

c. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan diuji dengan pendekatan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dan cross loading. Suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai HTMT terhadap konstruk lain berada di bawah 0,90.

Tabel IV. 19 Hasil Uji Discriminant Validity (HTMT)

Variabel	X1	X2	Y	Z
X1	-			
X2	0,201	-		
Y	0,599	0,531	-	
Z	0,203	0,183	0,566	-

Sumber: Peneliti, 2026

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Seluruh nilai HTMT antar konstruk berada jauh di bawah ambang batas 0,90, sehingga validitas diskriminan antar konstruk terpenuhi dengan baik. Hal ini juga didukung oleh pola cross loading pada Tabel 4.xx berikut, di mana setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruknya sendiri dibandingkan konstruk lain.

Tabel IV. 20 Hasil Cross Loading

Indikator	X1	X2	Y	Z
X1.1	0,675	-0,005	0,316	0,176
X1.2	0,736	0,100	0,445	0,098
X1.3	0,573	0,100	0,300	0,003
X1.4	0,778	0,116	0,474	0,177
X1.5	0,834	0,164	0,541	0,187
X1.6	0,753	0,164	0,378	-0,004
X1.7	0,815	0,104	0,429	0,094
X1.8	0,720	0,167	0,350	0,190
X1.9	0,757	0,174	0,415	0,133
X1.10	0,826	0,145	0,419	0,143
X2.1	0,090	0,713	0,286	0,020
X2.2	0,100	0,777	0,378	0,103
X2.3	0,242	0,703	0,339	0,009
X2.4	0,109	0,842	0,413	0,166
X2.5	0,093	0,738	0,294	0,014
Y1.1	0,365	0,351	0,770	0,336
Y1.2	0,480	0,458	0,853	0,415

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Y1.3	0,427	0,381	0,845	0,459
Y1.4	0,551	0,325	0,830	0,423
Y1.5	0,466	0,397	0,869	0,486
Z1.1	0,205	0,086	0,499	0,786
Z1.2	0,138	-0,065	0,307	0,784
Z1.3	0,148	0,127	0,407	0,802
Z1.4	0,033	0,152	0,418	0,735
Z1.5	0,083	-0,012	0,299	0,709
Z1.6	0,153	0,114	0,375	0,797

Sumber:Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian di atas, keseluruhan indikator memiliki loading tertinggi pada konstruknya sendiri, sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik dan terbukti berbeda secara empiris satu sama lain.

4.4.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

a. Uji Multikolinearitas (*Variance Inflation Factor/VIF*)

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak terjadi korelasi yang berlebihan antar variabel eksogen dalam model struktural. Model dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas apabila nilai VIF < 5 (idealnya < 3).

Tabel IV. 21 Hasil Uji Variance Inflation Factor (VIF)

Hubungan Antar Variabel	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan (X1) -> Penggunaan *PayLater* (Y)	1,028	Bebas Multikolinearitas
Literasi Keuangan (X1) -> Perilaku Konsumtif (Z)	1,461	Bebas Multikolinearitas
Gaya Hidup (X2) -> Penggunaan *PayLater* (Y)	1,028	Bebas Multikolinearitas
Gaya Hidup (X2) -> Perilaku Konsumtif (Z)	1,286	Bebas Multikolinearitas
Penggunaan *PayLater* (Y) -> Perilaku Konsumtif (Z)	1,800	Bebas Multikolinearitas

Sumber :Peneliti, 2026

Seluruh nilai VIF berada jauh di bawah ambang batas, sehingga model bebas dari masalah multikolinearitas.

b. Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Nilai R-Square menunjukkan besarnya proporsi variasi variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogennya. Menurut Chin (1998), nilai $R^2 \geq 0,67$ tergolong kuat, 0,33 moderat, dan 0,19 lemah.

Tabel IV. 22 Hasil Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Variabel Intervening	R-Square	R-Square Adjusted	Kategori
Penggunaan *PayLater* (Y)	0,445	0,433	Sedang (Moderate)

Variabel Intervening	R-Square	R-Square Adjusted	Kategori
Perilaku Konsumtif (Z)	0,312	0,290	Sedang (Moderate)

Sumber: Peneliti, 2026

Nilai R-Square Penggunaan *PayLater* (Y) sebesar 0,445 menunjukkan bahwa 44,5% variasinya dijelaskan oleh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup. Nilai *R-Square* Perilaku Konsumtif (Z) sebesar 0,312 menunjukkan bahwa 31,2% variasinya dijelaskan oleh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan *PayLater* secara bersama-sama, sedangkan 68,8% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

c. Uji *Effect Size (f-Square)*

Nilai f-Square menunjukkan seberapa besar kontribusi suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen apabila variabel tersebut dikeluarkan dari model. Berdasarkan kriteria Cohen (1988): nilai 0,02 tergolong kecil, 0,15 tergolong sedang, dan 0,35 tergolong besar.

Tabel IV. 23 Hasil Uji *Effect Size (f-Square)*

Hubungan Antar Variabel	f-Square	Kategori
Literasi Keuangan (X1) -> Penggunaan *PayLater* (Y)	0,420	Besar
Literasi Keuangan (X1) -> Perilaku Konsumtif (Z)	0,036	Kecil
Gaya Hidup (X2) -> Penggunaan *PayLater* (Y)	0,250	Sedang
Gaya Hidup (X2) -> Perilaku Konsumtif (Z)	0,045	Kecil
Penggunaan *PayLater* (Y) -> Perilaku Konsumtif (Z)	0,405	Besar

Sumber: Peneliti, 2026

Literasi Keuangan memberikan kontribusi besar terhadap Penggunaan *PayLater*, sedangkan Gaya Hidup memberikan kontribusi sedang. Adapun kontribusi langsung Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif tergolong kecil (f^2 0,036 dan 0,045), sementara Penggunaan *PayLater* memberikan kontribusi besar terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai *f-Square* yang kecil pada jalur langsung X1→Z dan X2→Z ini konsisten dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan kedua jalur tersebut tidak signifikan secara statistik (lihat pembahasan pengujian hipotesis).

d. Uji *Predictive Relevance (Q²predict)*

Predictive relevance model diuji melalui prosedur PLSpredict (Shmueli et al., 2019), yang membandingkan akurasi prediksi model terhadap data out-of-sample melalui skema k-fold cross-validation. Nilai Q^2predict > 0 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang lebih baik dibandingkan prediksi naif menggunakan nilai rata-rata (mean), sedangkan nilai Q^2predict ≤ 0 mengindikasikan model tidak memiliki keunggulan prediktif dibandingkan tebakan rata-rata tersebut.

Tabel IV. 24 Hasil Uji *Predictive Relevance (Q²predict*)

Variabel	Q²predict	RMSE	MAE	Keterangan
Penggunaan *PayLater* (Y)	0,405	0,789	0,640	Predictive relevance baik
Perilaku Konsumtif (Z)	-0,009	1,028	0,842	Predictive relevance tidak terpenuhi

Sumber: Peneliti, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik untuk variabel Penggunaan *PayLater* (Q^2predict = 0,405). Namun demikian, untuk variabel Perilaku Konsumtif, nilai Q^2predict adalah -0,009 (negatif), yang berarti model penelitian ini tidak lebih baik dibandingkan prediksi naif (rata-rata) dalam memprediksi Perilaku Konsumtif pada data baru di luar sampel. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kemampuan eksplanatori model di dalam sampel (in-sample fit, ditunjukkan oleh R^2 = 0,312 pada kategori moderat) dengan kemampuan prediktifnya di luar sampel (out-of-sample, ditunjukkan oleh *Q^2predict* yang negatif). Kesenjangan ini mengindikasikan gejala overfitting, yaitu model menangkap pola yang spesifik pada data sampel penelitian ini (n=100) namun tidak cukup generalizable untuk memprediksi Perilaku Konsumtif pada data/responden lain. Sebagai catatan, temuan ini konsisten dengan hasil f-Square jalur langsung X1→Z dan X2→Z yang tergolong kecil, sehingga kontribusi prediktif kedua jalur langsung tersebut terhadap Z memang secara empiris lemah.

4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur (original sample), *T-statistics,* dan *P-values* hasil prosedur *bootstrapping*. Suatu hubungan dinyatakan berpengaruh signifikan apabila *T-statistics* > 1,96 dan *P-values* < 0,05 pada taraf signifikansi 5%.

Tabel IV. 25 Hasil Uji *Path Coefficient* (Pengaruh Langsung)

Hubungan Antar Variabel	Original Sample	Sample Mean	STDEV	T-Statistics	P-Values	Kesimpulan
X1 -> Y	0,490	0,493	0,066	7,427	0,000	Signifikan

Hubungan Antar Variabel	Original Sample	Sample Mean	STDEV	T-Statistics	P-Values	Kesimpulan
X1 -> Z	-0,191	-0,187	0,116	1,651	0,099	Tidak Signifikan
X2 -> Y	0,378	0,384	0,082	4,590	0,000	Signifikan
X2 -> Z	-0,199	-0,198	0,105	1,890	0,059	Tidak Signifikan
Y -> Z	0,708	0,719	0,083	8,503	0,000	Signifikan

Sumber: Peneliti, 2026

Sebagai pelengkap, efek tidak langsung (*indirect effect*) Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui Penggunaan *PayLater* sebagai variabel mediasi disajikan pada Tabel 4.25 berikut:

Tabel IV. 26 Hasil Uji *Indirect Effect* (Pengaruh Tidak Langsung/Mediasi)

Hubungan Antar Variabel	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Kesimpulan
X1 -> Y -> Z	0,347	5,465	0,000	Signifikan
X2 -> Y -> Z	0,268	3,848	0,000	Signifikan

Sumber: Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian pada kedua tabel di atas, interpretasi masing-masing hubungan dijelaskan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *PayLater* (β = 0,490; T-statistics = 7,427 > 1,96; P-values = 0,000 < 0,05).

Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin tinggi kecenderungannya menggunakan layanan *PayLater* secara rasional.

2. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *PayLater* (β = 0,378; T-statistics = 4,590 > 1,96; P-values = 0,000 < 0,05).

Gaya Hidup menentukan bagaimana seseorang menggunakan waktu,uang, dan teknologi. Mahasiswa dengan gaya hidup modern lebih mudah menerima inovasi pembayaran digital seperti *PayLater*,

3. Penggunaan *PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (β = 0,708; T-statistics = 8,503 > 1,96; P-values = 0,000 < 0,05), dan merupakan prediktor terkuat dalam keseluruhan model.

Teknologi pembayaran digital *PayLater* yang mudah diakses dan faktor promosi menyebabkan seseorang tergiur melakukan transaksi menggunakan *PayLater* hal ini dapat menyebabkan individu mengambil keputusan secara impulsif .

4. Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Perilaku Konsumtif (β = -0,191; *T-statistics* = 1,651 < 1,96; *P-values* = 0,099 > 0,05).

Arah koefisien yang negatif mengindikasikan kecenderungan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi berasosiasi dengan perilaku konsumtif yang lebih rendah.

5. Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Perilaku Konsumtif (β = -0,199; *T-statistics* = 1,890 < 1,96; *P-values* = 0,059 > 0,05).

Nilai koefisien jalur yang negatif mengindikasikan bahwa secara kecenderungan,semakin tinggi skor gaya hidup yang diukur dalam penelitian ini, maka perilaku konsumtif cenderung menurun.

6. Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif secara tidak langsung melalui Penggunaan *PayLater* (β = 0,347; *T-statistics* = 5,465 > 1,96; *P-values* = 0,000 < 0,05).

Artinya Penggunaan *PayLater* berperan sepenuhnya sebagai mekanisme penghubung antara Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan lebih baik lebih memahami dan lebih bersedia menggunakan produk keuangan seperti *PayLater*. Ketika *PayLater* digunakan, kemudahan pembayaran, fleksibilitas cicilan, dan penundaan pembayaran dapat meningkatkan frekuensi pembelian sehingga pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif. Oleh karena itu, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif tidak terjadi secara langsung, tetapi melalui penggunaan *PayLater*.

7. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif secara tidak langsung melalui Penggunaan *PayLater* (β = 0,268; *T-statistics* = 3,848 > 1,96; *P-values* = 0,000 < 0,05).

Pola yang sama juga berlaku di sini, yaitu indirect-only mediation, di mana Penggunaan *PayLater* sepenuhnya memediasi pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif, namun berpengaruh signifikan melalui penggunaan *PayLater*. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup bukan merupakan faktor yang secara langsung mendorong mahasiswa berperilaku konsumtif. Sebaliknya, gaya hidup terlebih dahulu membentuk kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan layanan *PayLater* sebagai bagian dari gaya hidup digital.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

4.6 Hasil dan Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian bertujuan untuk menginterpretasikan hasil analisis yang telah diperoleh serta menghubungkannya dengan teori dan hasil penelitian terdahulu. Pada penelitian ini, pembahasan difokuskan pada pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Penggunaan *Paylater* serta Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Depok berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial least Squares* (SEM-PLS).

4.6.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Paylater

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *PayLater* (β = 0,490; T-statistics = 7,427 > 1,96; P-values = 0,000 < 0,05).

Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin tinggi kecenderungannya menggunakan layanan *PayLater*.Menurut (Icek, 1991) semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin baik kemampuan mereka mengevaluasi manfaat dan risiko *PayLater* sehingga penggunaan *PayLater* tersebut menjadi lebih rasional, namun harus diimbangi dengan kontrol diri agar tidak menimbulkan perilaku imfulsif. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Putri et al., 2024) menyebutkan Hasil tersebut membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan *PayLater* Gen Z

4.6.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Penggunaan *Paylater*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *PayLater* (β = 0,378*; T-statistics* = 4,590 > 1,96; *P-values* = 0,000 < 0,05).

Hasil penelitian ini menunjukakan Gaya Hidup menentukan bagaimana seseorang menggunakan waktu,uang, dan teknologi. Mahasiswa dengan gaya hidup modern lebih mudah menerima inovasi pembayaran digital seperti *PayLater*, hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Jaya & Tri, 2023) menunjukan bahwa gaya hidup berpengaruh parsial terhadap variabel keputusan pembelian menggunakan *PayLater*

4.6.3 Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, Penggunaan *PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (β = 0,708; *T-statistics* = 8,503 > 1,96; *P-values* = 0,000 < 0,05), dan merupakan prediktor terkuat dalam keseluruhan model.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa Teknologi pembayaran digital *PayLater* yang mudah diakses dan faktor promosi menyebabkan seseorang tergiur melakukan transaksi menggunakan *PayLater* hal ini dapat menyebabkan individu mengambil keputusan secara impulsif . Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Elisa Clara Saragih et al., 2025) menyebutkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif

4.6.4 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Perilaku Konsumtif (β = -0,191; T-statistics = 1,651 < 1,96; P-values = 0,099 > 0,05).

Hasil ini bertentangan dengan teori sebelumnya (Monica et al., 2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa. Arah koefisien yang negatif mengindikasikan

kecenderungan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi berasosiasi dengan perilaku konsumtif yang lebih rendah, sejalan dengan argumen(Icek, 1991) teoritis bahwa individu yang lebih melek finansial cenderung lebih rasional dalam pengeluaran keuangan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Soma Ramadhan et al., 2025) temuan pada penelitian ini menunjukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

4.6.5 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Perilaku Konsumtif (β = -0,199; T-statistics = 1,890 < 1,96; P-values = 0,059 > 0,05).

Hasil temuan ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Suci Octavia et all,2023) menyatakan bahwa Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Dalam teori (Kotler&Keller 2016) Gaya hidup memang memengaruhi perilaku konsumen, namun pengaruh tersebut sering melalui keputusan pembelian terlebih dahulu . Temuan yang tidak sejalan dengan penelitian terdahulu disebabkan oleh adanya variabel intervening dalam penelitian ini, yaitu penggunaan *PayLater*

4.6.6 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Penggunaan Paylater

Berdasarkan hasil pengujian hipotesi, Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif secara tidak langsung melalui Penggunaan *PayLater* (β = 0,347; T-statistics = 5,465 > 1,96; P-values = 0,000 < 0,05).

Hasil ini menunjukkan ,Karena pengaruh langsungnya tidak signifikan sedangkan pengaruh tidak langsungnya signifikan, pola hubungan ini tergolong indirect-only mediation atau mediasi penuh (full mediation) menurut tipologi Zhao,

Lynch, dan Chen (2010) — artinya Penggunaan *PayLater* berperan sepenuhnya sebagai mekanisme penghubung antara Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan lebih baik lebih memahami dan lebih bersedia menggunakan produk keuangan seperti *PayLater*. Ketika *PayLater* digunakan, kemudahan pembayaran, fleksibilitas cicilan, dan penundaan pembayaran dapat meningkatkan frekuensi pembelian sehingga pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif. Oleh karena itu, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif tidak terjadi secara langsung, tetapi melalui penggunaan *PayLater*. *PayLater* . Temuan ini sejalan dengan (Emilia & Evaliati, 2024)variabel literasi keuangan dan variable risiko memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimoderasi dengan Penggunaan *Fintech Payment* (*PayLater*) Pada *Shopee*

4.6.7 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui Penggunan Paylater

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif secara tidak langsung melalui Penggunaan *PayLater* (β = 0,268; T-statistics = 3,848 > 1,96; P-values = 0,000 < 0,05). Pola yang sama juga berlaku di sini, yaitu indirect-only mediation, di mana Penggunaan *PayLater* sepenuhnya memediasi pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif, namun berpengaruh signifikan melalui penggunaan *PayLater*. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup bukan merupakan faktor yang secara langsung mendorong mahasiswa berperilaku konsumtif. Sebaliknya, gaya hidup terlebih dahulu membentuk kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan layanan *PayLater* sebagai bagian dari gaya hidup digital. Hal ini sejalan dengan konsep AIO yang dikemukakan Kotler dan Keller (2016), di mana aktivitas,

minat, dan opini individu terhadap perkembangan teknologi memengaruhi pola penggunaan produk atau layanan. Selanjutnya, Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) (Icek, 1991) menjelaskan bahwa kecenderungan tersebut berkembang menjadi keputusan menggunakan *PayLater*, yang kemudian diwujudkan dalam perilaku nyata. Oleh karena itu, penggunaan *PayLater* menjadi mekanisme yang menjembatani pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Z) mahasiswa di Kota Depok, baik secara langsung maupun melalui Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil pengujian model struktural (inner model) menggunakan *SmartPLS* 4 dengan prosedur bootstrapping terhadap 100 responden, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* . Semakin baik literasi keuangan mahasiswa, semakin tinggi kecenderungannya menggunakan layanan *PayLater* secara rasional.
2. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater*. Mahasiswa dengan gaya hidup modern dan berorientasi pada teknologi digital cenderung lebih mudah menerima dan menggunakan layanan *PayLater* .
3. Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Arah koefisien negatif mengindikasikan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung berasosiasi dengan perilaku konsumtif yang lebih rendah, meskipun pengaruh langsungnya tidak signifikan secara statistik.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

4. Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak serta-merta mendorong perilaku konsumtif tanpa melalui proses keputusan penggunaan layanan keuangan digital terlebih dahulu.
5. Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa dan merupakan prediktor terkuat dalam keseluruhan model penelitian ini. Kemudahan akses, fleksibilitas cicilan, dan penundaan pembayaran yang ditawarkan *PayLater* terbukti mendorong kecenderungan pembelian impulsif dan perilaku konsumtif.
6. Literasi Keuangan dan Gaya Hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* dengan kontribusi sebesar 44,5% (*R-Square* = 0,445, kategori sedang/*moderate*), sedangkan sisanya sebesar 55,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.
7. Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa dengan kontribusi sebesar 31,2% (R-Square = 0,312, kategori sedang/moderate), sedangkan 68,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini.
8. Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* terbukti memediasi secara penuh (full mediation/indirect-only mediation) pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Pengaruh tidak langsung Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Keputusan Penggunaan tercatat signifikan (β = 0,347; T-statistics = 5,465; P-values = 0,000), begitu pula pengaruh tidak langsung Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui variabel yang sama (β = 0,268; T-statistics = 3,848; P-values = 0,000). Karena pengaruh langsung

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

X1 dan X2 terhadap Z tidak signifikan sementara pengaruh tidak langsungnya signifikan, dapat disimpulkan bahwa Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* merupakan mekanisme penghubung utama yang menjelaskan bagaimana literasi keuangan dan gaya hidup pada akhirnya membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa Literasi Keuangan dan Gaya Hidup tidak secara langsung membentuk Perilaku Konsumtif mahasiswa, melainkan bekerja melalui Keputusan Penggunaan *PayLater* sebagai variabel penghubung. Temuan ini menjawab seluruh rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan pada Bab I, sekaligus memberikan penegasan empiris bahwa peran layanan *PayLater* sebagai fasilitas transaksi digital menjadi faktor kunci yang perlu mendapat perhatian dalam upaya mengelola perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Manajerial

1. Bagi penyedia layanan *Shopee PayLater* dan perusahaan fintech sejenis, disarankan untuk memperkuat fitur edukasi keuangan digital (*in-app financial literacy*) yang mendorong pengguna, khususnya mahasiswa, memahami risiko cicilan dan bunga sebelum melakukan transaksi, mengingat Keputusan Penggunaan *PayLater* terbukti menjadi jalur utama menuju perilaku konsumtif.
2. Bagi perguruan tinggi dan lembaga terkait, disarankan untuk meningkatkan program literasi keuangan bagi mahasiswa secara berkelanjutan, misalnya melalui seminar, workshop, atau mata kuliah pengelolaan keuangan pribadi, agar

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan layanan *PayLater* dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif.

3. Bagi mahasiswa selaku pengguna, disarankan untuk lebih selektif dan rasional dalam memanfaatkan kemudahan *Shopee PayLater* , dengan mempertimbangkan kemampuan finansial dan kebutuhan aktual sebelum melakukan transaksi, mengingat kemudahan akses *PayLater* terbukti menjadi prediktor terkuat terhadap perilaku konsumtif.
4. Bagi regulator dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), disarankan untuk terus mengawasi dan mendorong penyedia layanan *PayLater* agar menerapkan prinsip pemberian limit kredit yang bertanggung jawab (*responsible lending*) khususnya kepada segmen mahasiswa yang secara umum belum memiliki penghasilan tetap.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Nilai R-Square Perilaku Konsumtif dalam penelitian ini tergolong sedang (31,2%), yang berarti masih terdapat 68,8% faktor lain di luar model yang belum terungkap. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti kontrol diri (*self-control*), literasi digital, kelompok referensi (*peer influence*), atau religiusitas, untuk memperkaya model penelitian.
2. Pengaruh langsung Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada penelitian ini tidak signifikan dengan nilai f-Square yang kecil, serta ditemukan indikasi overfitting pada jalur tersebut (nilai Q^2predict negatif). Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan ukuran sampel yang lebih besar dan/atau desain penelitian longitudinal agar hasil lebih general dan dapat diandalkan (*generalizable*).
3. Penelitian ini terbatas pada mahasiswa pengguna *Shopee PayLater* di Kota Depok. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah atau

membandingkan antar-platform *PayLater* lain (misalnya GoPay Later, Kredivo, atau Akulaku) untuk menguji konsistensi model pada konteks yang lebih luas.

4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi kemungkinan variabel moderasi, misalnya jenis kelamin, uang saku, atau tingkat pendidikan orang tua, guna memperdalam pemahaman mengenai kondisi yang memperkuat atau memperlemah pengaruh Keputusan Penggunaan *PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

DAFTAR PUSTAKA

(OJK), O. J. K. (2025). Siaran Pers: Sektor Jasa Keuangan yang Stabil Mendukung Pertumbuhan Ekonomi yang Lebih Optimal dan Berkelanjutan. *Otoritas Jasa Keuangan*. https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/RDKB-November-2025.aspx

Badan Pusat Statistik. (2025). *jumlah Perguruan Tinggi, Dosen, dan Mahasiswa(Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Menurut ((wilayah)), 2025*. Badan Pusat Statistik. https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/3/Y21kVGRHNXZVMEl3S3pCRlIyMHJRbnB1WkVZemR6MDkjMyMzMjAw/jumlah-perguruan-tinggi-sup-1--sup---dosen--dan-mahasiswa-negeri-dan-swasta--di-bawah-kementerian-riset--teknologi-dan-pendidikan-tinggi-kementerian-pendidi

Baiq, A. F. (2021). *Literasi Keuangan (teori dan implementasinya)* (K. Wiwit (ed.); Cetakan pe). CV.Pena Persada.

Daniel, H. nixon. (2025). 5 Aplikasi Paylater Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia 2025. *Goodstats*. https://goodstats.id/article/5-aplikasi-paylater-favorit-gen-z-dan-milenial-di-indonesia-2025-E9TsL

Dean, A. ary, Mutiah, Indira, S. vita, Zakia, M. rts, Khoiri, F., & Serli, A. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER (BAYAR NANTI)TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS JAMBI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Iqtishaduna:Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah*, *6*(2714–6917), 41–53.

Diah, S. sakinah rahmah. (2025). Gaya Hidup Konsumtif Gen Z Diwaspadai, Mahasiswa Diajak Melek Finansial. *Kompas.Com*. https://money.kompas.com/read/2025/12/12/220125326/gaya-hidup-konsumtif-gen-z-diwaspadai-mahasiswa-diajak-melek-finansial

Dwi, L. S., & Nuraeni. (2025). SHOPEE PAYLATER DAN FENOMENA BELANJA IMPULSIF: PERAN GAYA HIDUP, LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN AKSES DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN. *Journal of Economic, Business and Accounting*, *Volume 8 N*(2597–5234), 5215–5233.

Elisa Clara Saragih, Era Widia Br Sinaga, Melani Manginar Sirait, Hutabalian, R. A., & Hartato Rianto. (2025). Shopee Paylater Dan Perilaku Konsumtif: Studi Gender Di Sumatera Utara Melalui Pendekatan Analisis Multigroup. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, *5*(1), 197–213. https://doi.org/10.56799/peshum.v5i1.12312

Emilia, S. S., & Evaliati, A. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN RISIKO TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DENGAN PENGGUNAAN FINTECH PAYMENT (PAYLATER) PADA SHOPEE

SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Journal of Management Studies*, *Vol 18*(2541–2655), 79–97.

Ghozali, I. (2023). *Partial Least Square* (edisi 1). Yoga Pratama.

Icek, A. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Academic Press. Inc.*, *50*(0749-5978/91), 179–211.

Indah, D., & Desiyanti Rika. (2025). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KEUANGAN DENGAN TEKNOLOGI KEUANGAN SEBAGAI MEDIASINYA. *Universitas Bung Hatta*, *1*.

Jaya, S. V. R., & Tri, S. (2023). PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEEPAYLATERMASYARAKAT KOTA SURABAYA. *JurnalPendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *11*(2723–3901), 165–173.

Jefri, H., Sary, S. C. D. Y. R., Miptaqul, R., & Helmy, K. H. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Sosial Media Terhadap Tren Penggunaan ShopeePaylater Di Kalangan Generasi Z. *JCA (Jurnal Cendekia Akuntansi)*, *Volume 6,*(2723–0090), 15–32.

Lilis, A., Nuraisyiah, & Hajerah, H. S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Akuntansi Pada Sekolah Menengah Kejuruan di Kabupaten Gowa. *Pinisi Journal Of Art ,Humaity & Social Studies*, *3* no.*4*(2747–2671), 47–54.

Maharani, G. N., & Rosniwaty, B. B. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STORE URBAN TRAFFIC MEDAN. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, *3*(2723–6951), 114–125.

Media, D. (2025). Generasi muda dan tantangan Literasi Finansial. *Bisnis Plus*. https://plus.bisnis.com/read/126/generasi-muda-dan-tantangan-literasi-finansial

Monica, O., Merisa, O., Rinto, A., & Eriawaty, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *JurnalIlmiah Ilmu Sosial*, *9*(2407–4012), 136–145.

Naning, F. (2022). *E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF* (Epullah (ed.); cetakan pe). IAIN KEDIRI PRESS.

Nor, H., Perwitasari, W. D., Febri, A., & Windra, C. A. D. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATERMELALUI FINANCIAL TECHNOLOGYPADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, *2*(2964-898X), 1471–1489.

Nurul, A. annisa. (2025). Debitur Paylater Melonjak 49,23% per Desember 2025,

Milenial dan Gen Z Dominan. *Binis.Com*. https://finansial.bisnis.com/read/20260216/563/1953245/debitur-paylater-melonjak-4923-per-desember-2025-milenial-dan-gen-z-dominan#goog_rewarded

Putri, R. K., Dinar, P., Intan, F. D., & Kussetya, C. M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Binsis*, *22*(1412-775X), 100–113.

Rijalus, S. M., Andrian, Retno, C., Mochamad, K. R., Norma, E. N., Fauzan, M., Ria, M., Umi, R. Y., Ade, P. A., Yualika, E. E., Sukma, I., Gilang, P., & Estu, H. (2024). *MANAJEMEN BISNIS Era Digital* (S. M. Rijalus (ed.); edisi pert). Klik Media.

Rizky, W. S. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (W. S. Rizky (ed.); Edisi Pert). CV.Seribu Bintang.

Soma Ramadhan, Solikah Nurwati, Cristian Danur Saputra, Vina Aida Tria, & Desiva Amalia. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Self-Control Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Universitas Palangka Raya. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *4*(5), 7389–7402. https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i5.9363

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); edisi kedu). Alfabeta.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswa

NIM : 24220040

Nama Lengkap : Raka Anugrah Syaputra

Tempat/Tanggal Lahir : Depok, 19 Oktober 2003

Alamat Lengkap : JL. Palabali raya , RT06/ RW06, NO.145, Kel. Bojong pondok terong, Kec. Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat

II. Pendidikan

1. SDN Pondok Terong 04 lulus tahun 2016
2. SMP Dwiguna Depok lulus tahun 2019
3. SMK Perintis 1 Depok lulus tahun 2022

III. Riwayat Pengalaman berorganisasi/pekerjaan

1. Lazada Logistic – Crew werehouse partimer- (10/2021-12/2021)
2. PT.Mega Berlian Kreasi (Light project Event Organizer) Staff Event Manager – (2023- sekarang)



Depok, 21 Juli 2026

Raka Anugrah Syaputra

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

NIM :24220040
Nama Lengkap : Raka Anugrah Syaputra
Dosen Pembimbing : Instianti Elyana, M.M, M.kom
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui Paylater di Depok

No.	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1.	08/05/2026	Konsultasi objek dan judul penelitian	
2.	18/05/2026	Acc judul dan objek serta pengajuan bab 1	
3.	25/05/2026	Acc bab 1 lanjut pengajuan bab 2	
4.	04/06/2016	Acc bab 2 lanjut konsultasi draft bab 3	
5.	15/06/2026	Pengecekan bab 3 dan revisi bab 3	
6.	18/06/2026	Acc bab 3 lanjut konsultasi kuesioner penelitian	
7.	02/07/2026	Pengecekan bab 4 awal sebelum uji data	
8.	30/07/2026	Pengecekan all bab dan finalisasi skripsi	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.

Ditandatangani Digital:
Instianti Elyana
2026-07-30 18:46:38

Bimbingan Tugas Akhir
- Dimulai pada tanggal : 08 Mei 2026
- Diakhiri pada tanggal : 30 Juli 2026
- Jumlah pertemuan bimbingan : 8 Pertemuan

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

Instianti Elyana, M.M, M.kom

LEMBAR PERNYATAAN KEABSAHAN DATA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raka Anugrah Syaputra

NIM : 24220040

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui Paylater di Depok

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh data yang saya gunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah **data yang sah**, yang telah saya peroleh dari **sumber terpercaya**, baik data primer maupun data sekunder, serta tidak di rekayasa atau dimanipulasi dalam bentuk apapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya ketidaksesuaian atau ketidakabsahan data dalam tugas akhir ini, maka saya bersedia **bertanggung jawab penuh**, baik secara akademik maupun secara hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Nusa Mandiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh tanggung jawab untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 26 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Raka Anugrah Syaputra

Nim: 24220040

LAMPIRAN

Lampiran A. 1 Hasil Cek Plagiarisme BAB I, BAB II dan BAB III

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.itbwigalumajang.ac.id Internet	233 words — 3%
2	www.ojk.go.id Internet	86 words — 1%
3	journal.trunojoyo.ac.id Internet	79 words — 1%
4	repository.nusamandiri.ac.id Internet	79 words — 1%
5	journal.ipm2kpe.or.id Internet	65 words — 1%
6	doku.pub Internet	62 words — 1%
7	repository.unpas.ac.id Internet	61 words — 1%
8	goodstats.id Internet	58 words — 1%
9	repository.ar-raniry.ac.id Internet	57 words — 1%
10	repositori.unwira.ac.id Internet	53 words — 1%
11	Ayu Febrianti, Adria Wuri Lastari, Evrina. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan Pay-Later", ARZUSIN, 2026 Crossref	48 words — 1%

Lampiran A. 2 Hasil Cek Plagiarisme BAB IV dan BAB V

ORIGINALITY REPORT

18%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	eprints.upj.ac.id Internet	134 words — 2%
2	journal.admi.or.id Internet	122 words — 2%
3	Vani Yuliarti, Husni Syahrudin, Syamsuri Syamsuri, Maria Ulfah, Heni Kuswanti. "PENGARUH LITERASI EKONOMI, GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PESERTA DIDIK SMA KEMALA BHAYANGKARI KUBU RAYA", Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 2023 Crossref	81 words — 1%
4	repository.uinsaizu.ac.id Internet	80 words — 1%
5	Ayu Febrianti, Adria Wuri Lastari, Evrina. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan Pay-Later", ARZUSIN, 2026 Crossref	77 words — 1%
6	digilib.uinkhas.ac.id Internet	65 words — 1%
7	indojurnal.com Internet	58 words — 1%
8	ejournal.iainpalopo.ac.id Internet	56 words — 1%
9	Asti Pramudita Aryani Aryani, Parlagutan Silitonga. "Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen di J.Chicken PIK", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	54 words — 1%

Lampiran B. 1 Hasil Uji data Outer model

Outer loadings - Matrix

	X1	X2	Y	Z
X1.1	0.675			
X1.10	0.826			
X1.2	0.736			
X1.3	0.573			
X1.4	0.778			
X1.5	0.834			
X1.6	0.753			
X1.7	0.815			
X1.8	0.720			
X1.9	0.757			

Outer loadings - Matrix

	X1	X2	Y	Z
X2.1		0.713		
X2.2		0.777		
X2.3		0.703		
X2.4		0.842		
X2.5		0.738		

Outer loadings - Matrix

	X1	X2	Y	Z
Y1.1			0.770	
Y1.2			0.853	
Y1.3			0.845	
Y1.4			0.830	
Y1.5			0.869	

Outer loadings - Matrix

	X1	X2	Y	Z
Z1.1				0.786
Z1.2				0.784
Z1.3				0.802
Z1.4				0.735
Z1.5				0.709
Z1.6				0.797

Hasil Uji Construct Reliability and Validity

Construct reliability and validity - Overview

Copy to Excel

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho...	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracte...
X1	0.912	0.924	0.927	0.563
X2	0.813	0.832	0.869	0.572
Y	0.890	0.896	0.919	0.695
Z	0.863	0.871	0.897	0.592

Hasil Uji Discriminant Validity – Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix

	X1	X2	Y	Z
X1				
X2	0.201			
Y	0.599	0.531		
Z	0.203	0.183	0.566	

Hasil Uji Discriminant Validity – Cross Loadings

Discriminant validity - Cross loadings

	X1	X2	Y	Z
X1.1	0.675	-0.005	0.316	0.176
X1.10	0.826	0.145	0.419	0.143
X1.2	0.736	0.100	0.445	0.098
X1.3	0.573	0.100	0.300	0.003
X1.4	0.778	0.116	0.474	0.177
X1.5	0.834	0.164	0.541	0.187
X1.6	0.753	0.164	0.378	-0.004
X1.7	0.815	0.104	0.429	0.094
X1.8	0.720	0.167	0.350	0.190
X1.9	0.757	0.174	0.415	0.133
X2.1	0.090	0.713	0.286	0.020
X2.2	0.100	0.777	0.378	0.103
X2.3	0.242	0.703	0.339	0.009
X2.4	0.109	0.842	0.413	0.166
X2.5	0.093	0.738	0.294	0.014

Discriminant validity - Cross loadings

	X1	X2	Y	Z
Y1.1	0.365	0.351	0.770	0.336
Y1.2	0.480	0.458	0.853	0.415
Y1.3	0.427	0.381	0.845	0.459
Y1.4	0.551	0.325	0.830	0.423
Y1.5	0.466	0.397	0.869	0.486
Z1.1	0.205	0.086	0.499	0.786
Z1.2	0.138	-0.065	0.307	0.784
Z1.3	0.148	0.127	0.407	0.802
Z1.4	0.033	0.152	0.418	0.735
Z1.5	0.083	-0.012	0.299	0.709
Z1.6	0.153	0.114	0.375	0.797

Lampiran B. 2 Hasil Uji Data Inner Model

Hasil Uji Collinearity Statistics (VIF)

Collinearity statistics (VIF) - Inner model - Matrix

	X1	X2	Y	Z
X1			1.028	1.461
X2			1.028	1.286
Y				1.800
Z				

Hasil Uji R-Square

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
Y	0.445	0.433
Z	0.312	0.290

Hasil Uji F square

f-square - Matrix

	X1	X2	Y	Z
X1			0.420	0.036
X2			0.250	0.045
Y				0.405
Z				

Hasil Uji Pls preditc

PLSpredict LV summary - PLS-SEM

	Q^2predict	RMSE	MAE
Y	0.405	0.789	0.640
Z	-0.009	1.028	0.842

Lampiran B. 3 Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Path Coefficient – Mean, STDEV, T-values, P-values

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
X1 -> Y	0.490	0.493	0.066	7.427	0.000
X1 -> Z	-0.191	-0.187	0.116	1.651	0.099
X2 -> Y	0.378	0.384	0.082	4.590	0.000
X2 -> Z	-0.199	-0.198	0.105	1.890	0.059
Y -> Z	0.708	0.719	0.083	8.503	0.000

Hasil Uji Hipotesis tidak langsung Mean, STDEV, T-values, P-values

Total indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
X1 -> Z	0.347	0.355	0.064	5.465	0.000
X2 -> Z	0.268	0.276	0.070	3.848	0.000

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan Paylater serta Dampaknya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Depok

Kuesioner ini berkaitan dengan penelitian tentang Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan Paylater serta Dampaknya terhadap Perilaku Konsumtif. Oleh karena itu, kami memohon dengan hormat kesediaan Anda untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi Anda sekalian untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Jenjang Pendidikan :

Asal Perguruan Tinggi :

Semester saat ini :

Apakah Anda pengguna layanan Paylater? (Ya/Tidak) :

Layanan Paylater yang pernah/sedang anda gunakan? :

DAFTAR KUESIONER

Mohon untuk memberikan tanda (✓) pada setiap pertanyaan yang Anda pilih.

Keterangan :
SS (5) : Sangat Setuju
S (4) : Setuju
N (3) : Netral
TS (2) : Tidak Setuju
STS (1) : Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
X1. LITERASI KEUANGAN						
Kemampuan Dasar dalam Mengelola Keuangan						
1	Saya dapat mengontrol pengeluaran agar tidak melebihi pemasukan.					

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
2	Saya mampu mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan sehari-hari.					
Menabung dan Merencanakan Keuangan						
3	Saya rutin menyisihkan sebagian uang untuk ditabung.					
4	Saya memiliki perencanaan keuangan untuk kebutuhan di masa depan.					
Memahami Produk-Produk Keuangan dan Investasi						
5	Saya memahami fungsi dan manfaat produk perbankan seperti tabungan dan deposito.					
6	Saya mengetahui perbedaan antara menabung dan berinvestasi.					
Literasi Keuangan Pribadi						
7	Saya memahami pentingnya mengelola keuangan pribadi secara bijak.					
Selisih Pengeluaran dan Pendapatan						
8	Saya selalu memperhatikan agar pengeluaran tidak melebihi pendapatan yang saya miliki.					
Tujuan Keuangan						
9	Saya memiliki tujuan keuangan yang ingin dicapai dalam beberapa tahun ke depan.					
Mempertimbangkan Sebelum Mengambil Keputusan Keuangan						
10	Saya membandingkan beberapa pilihan sebelum menggunakan produk atau layanan keuangan.					
X2. GAYA HIDUP						
Aktivitas						
11	Saya aktif menggunakan aplikasi digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.					
Interest						
12	Saya tertarik menggunakan metode pembayaran yang menawarkan kemudahan transaksi.					
Pendapat						
13	Saya menganggap kemudahan pembayaran menjadi pertimbangan penting dalam berbelanja.					

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
14	Saya merasa penting untuk menyesuaikan gaya hidup dengan perkembangan zaman.					
15	Saya berpendapat bahwa penggunaan Paylater dapat mendukung gaya hidup modern.					
Y. KEPUTUSAN PENGGUNAAN						
	Persepsi Penggunaan					
16	Penggunaan Paylater membantu saya memenuhi kebutuhan ketika dana yang dimiliki terbatas.					
	Persepsi Kemudahan Penggunaan					
17	Proses aktivasi Paylater mudah dilakukan, dan fitur Paylater mudah digunakan.					
	Niat untuk Menggunakan					
18	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan Paylater ketika melakukan pembelian.					
19	Saya berencana untuk terus menggunakan layanan Paylater pada transaksi di masa mendatang.					
20	Saya dapat menggunakan layanan Paylater tanpa mengalami kesulitan.					
Z. PERILAKU KONSUMTIF						
	Value of Shopping					
21	Saya merasa puas ketika membeli produk yang sedang mendapatkan diskon atau promo.					
	Role Shopping					
22	Saya merasa senang membeli barang untuk memenuhi kebutuhan orang lain.					
	Idea Shopping dan Gratification					
23	Saya sering mencari informasi mengenai produk atau tren terbaru sebelum membeli.					
24	Saya berbelanja untuk menghilangkan stres atau memperbaiki suasana hati.					
	Social Shopping					

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
25	Saya menikmati kegiatan berbelanja bersama teman atau orang terdekat.					
Adventure Shopping						
26	Saya menikmati pengalaman mencoba atau melihat produk-produk baru saat berbelanja.					

Lampiran 3 data tabulasi variabel Literasi Keuangan.

NO	LK1	LK2	LK3	LK5	LK5	LK6	LK7	LK8	LK9	LK10
1	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4
2	4	3	5	4	3	4	4	3	4	3
3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
5	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4
6	4	3	4	4	3	5	3	5	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
9	2	3	4	3	4	3	4	4	3	4
10	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4
11	4	3	5	3	4	3	4	3	3	3
12	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3
13	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3
14	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2
15	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2
16	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3
17	4	2	3	3	3	3	3	4	2	3
18	5	4	4	3	5	3	4	5	4	4
19	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3
20	3	3	4	3	2	2	4	2	3	3
21	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
22	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3
23	3	3	3	4	5	3	4	4	4	3
24	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
25	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3
26	3	3	4	3	4	4	3	4	5	4
27	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4
28	3	3	5	3	4	5	3	4	3	5
29	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3

30	4	3	3	3	3	2	4	4	5	4
31	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
32	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
33	5	3	4	4	4	3	3	4	5	3
34	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3
35	3	5	3	5	5	4	4	5	5	4
36	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3
37	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4
38	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2
39	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3
40	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
41	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5
42	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
43	4	4	2	4	4	3	4	3	4	2
44	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4
45	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2
46	3	3	4	2	3	3	4	3	2	3
47	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3
48	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4
49	3	5	4	3	4	3	4	4	3	4
50	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3
51	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4
52	3	3	3	5	3	4	3	4	3	2
53	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
54	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
55	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4
56	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
57	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
58	4	5	3	4	3	4	2	5	4	4
59	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4
60	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4
61	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
62	3	3	4	3	3	4	3	5	3	3
63	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3
64	3	2	4	4	3	4	3	3	2	2
65	4	3	3	4	5	4	4	5	4	4
66	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
67	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	5	3	4	4	4	5	5	5	5
69	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
70	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2
71	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5
72	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5
73	4	4	3	3	3	3	3	3	5	3

74	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
75	4	1	3	2	2	1	2	1	2	1
76	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
77	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
78	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
79	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5
80	2	4	3	3	3	2	3	1	3	2
81	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
82	3	4	4	5	5	3	4	4	3	4
83	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
84	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
85	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
86	4	3	4	2	4	3	3	3	2	3
87	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5
88	5	4	5	4	4	3	4	3	5	4
89	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
90	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4
91	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4
92	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
93	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
94	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3
95	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4
96	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2
97	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3
98	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4
99	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4
100	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4

Lampiran data tabulasi variabel Gaya Hidup.

NO	GH1	GH2	GH3	GH4	GH5
1	3	3	2	3	2
2	4	4	3	4	3
3	3	4	4	4	3
4	3	3	4	4	4
5	4	4	3	3	4
6	3	4	4	4	3
7	5	3	5	5	5
8	5	4	4	3	5
9	3	3	3	4	4
10	4	3	3	4	3
11	3	2	3	2	2
12	5	4	3	4	2
13	4	4	3	4	4
14	5	4	5	5	5
15	3	3	3	3	4
16	4	4	4	4	5
17	4	5	4	3	4
18	3	2	3	2	3
19	4	4	4	4	4
20	3	4	3	4	4
21	3	5	5	5	4
22	2	3	4	3	3
23	5	5	4	5	4
24	3	1	3	2	1
25	4	3	5	4	3
26	5	5	5	5	5
27	3	2	4	3	4
28	3	3	3	4	3
29	3	3	3	4	4
30	4	4	3	3	3
31	3	1	3	3	3
32	4	4	5	4	5
33	4	4	4	3	4
34	3	4	4	4	3
35	4	3	4	3	3
36	4	5	4	4	5
37	4	3	3	3	3
38	4	4	3	3	3
39	3	3	5	3	4
40	3	3	3	3	3
41	4	4	5	3	3

42	5	4	4	5	4
43	3	1	3	3	4
44	4	4	4	3	3
45	4	4	3	4	2
46	4	5	4	5	4
47	3	3	3	3	3
48	2	2	4	3	4
49	4	4	4	5	4
50	4	3	3	3	4
51	5	4	3	4	5
52	4	4	4	4	3
53	2	3	3	3	3
54	4	3	4	4	3
55	5	4	4	4	4
56	4	3	3	4	4
57	5	4	5	5	5
58	4	3	4	4	4
59	3	3	4	3	2
60	5	5	5	5	4
61	3	3	2	2	2
62	4	4	4	4	5
63	5	4	4	5	5
64	2	2	3	3	3
65	5	3	5	5	4
66	4	4	4	4	5
67	4	4	4	5	4
68	4	5	5	5	4
69	4	4	4	4	3
70	4	3	3	4	3
71	3	3	4	3	3
72	3	3	4	4	3
73	4	4	3	3	3
74	5	4	3	4	5
75	2	3	3	3	3
76	4	5	5	3	4
77	3	3	4	4	4
78	4	5	3	5	4
79	3	4	3	4	3
80	4	5	5	5	5
81	4	4	4	5	5
82	3	3	3	3	3
83	2	3	3	3	3
84	5	4	4	4	3
85	4	4	3	3	3

86	4	4	3	3	4
87	5	5	5	4	4
88	3	5	4	3	4
89	3	3	2	3	2
90	2	3	4	2	3
91	5	4	3	3	2
92	4	5	5	4	4
93	4	4	4	4	4
94	2	2	3	3	3
95	5	3	4	4	4
96	5	4	3	3	4
97	4	3	4	3	2
98	4	5	3	5	3
99	3	5	3	4	4
100	3	2	3	3	2

Lampiran data tabulasi variabel Penggunaan Paylater

NO	KPP1	KPP2	KPP3	KPP4	KPP5
1	3	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5
4	4	4	4	5	4
5	3	3	1	4	2
6	3	3	3	3	3
7	4	5	5	5	5
8	5	4	5	4	5
9	3	5	4	4	4
10	5	5	5	5	5
11	5	2	3	3	3
12	4	4	4	5	4
13	3	5	4	5	4
14	4	5	4	4	4
15	4	3	3	2	3
16	5	4	4	4	4
17	2	3	3	2	3
18	4	3	3	4	3
19	3	4	4	2	3
20	3	4	4	4	3
21	5	5	5	5	5
22	2	4	2	3	3
23	5	5	4	4	5
24	2	2	3	1	2
25	4	3	3	3	3
26	5	4	4	5	5
27	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	3
29	3	3	3	4	3
30	4	4	4	3	4
31	3	2	3	3	2
32	4	5	5	5	5
33	4	3	3	3	3
34	3	3	3	2	3
35	5	5	5	5	5
36	4	4	3	4	4
37	2	3	2	2	3
38	4	2	4	4	3
39	3	3	3	2	3
40	4	4	4	4	3

41	3	3	3	3	4
42	5	4	4	4	4
43	2	3	3	4	3
44	5	5	4	4	4
45	3	3	3	1	2
46	4	4	4	4	4
47	3	3	2	3	2
48	4	3	4	4	3
49	5	5	5	5	4
50	4	3	4	3	4
51	4	3	4	4	3
52	4	4	4	5	5
53	4	3	4	4	4
54	4	4	4	5	4
55	3	4	3	3	3
56	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	4
58	2	4	3	3	3
59	4	4	4	3	4
60	5	5	5	5	5
61	3	2	2	2	3
62	4	4	5	3	5
63	3	2	1	2	2
64	3	3	3	2	2
65	4	4	5	4	4
66	4	3	4	4	4
67	4	5	5	4	4
68	3	4	4	3	3
69	3	3	3	4	4
70	4	2	4	3	3
71	5	4	3	4	4
72	4	3	4	4	3
73	5	4	4	5	4
74	5	4	4	4	4
75	2	2	2	2	3
76	5	5	5	5	5
77	4	4	3	5	3
78	4	4	4	4	3
79	4	4	5	4	3
80	4	3	3	3	3
81	4	4	4	3	4
82	5	4	4	4	3
83	5	5	5	5	4
84	2	2	3	4	2

85	4	4	4	5	5
86	2	3	3	2	3
87	4	4	5	5	4
88	4	4	4	4	4
89	3	3	4	3	3
90	3	4	2	3	3
91	2	3	3	5	4
92	4	5	4	5	5
93	3	3	4	3	2
94	3	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4
96	3	3	3	3	2
97	3	4	3	4	5
98	4	4	4	5	5
99	4	4	5	4	4
100	3	3	3	4	3

Lampiran data tabulasi variabel Perilaku Konsumtif

NO	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6
1	4	3	3	4	4	3
2	4	2	3	4	4	4
3	5	5	5	4	5	5
4	4	4	5	5	3	5
5	4	3	3	4	3	3
6	4	5	4	3	4	4
7	5	5	5	4	5	5
8	4	4	4	5	3	4
9	3	5	4	5	4	4
10	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	4	4	3
12	5	5	5	5	4	5
13	5	5	4	4	5	5
14	4	4	4	4	4	5
15	4	4	4	5	3	4
16	3	3	4	5	3	4
17	4	4	4	4	5	3
18	3	3	3	3	3	4
19	4	3	4	5	4	4
20	3	3	4	3	3	4
21	5	5	5	5	5	5
22	4	4	4	3	4	3
23	3	3	3	5	5	3
24	3	4	4	4	4	4
25	4	3	4	3	3	3
26	4	3	4	4	3	3
27	3	4	4	4	5	4
28	4	4	3	4	3	4
29	3	5	3	2	4	4
30	4	4	4	4	3	4
31	3	2	3	3	3	3
32	4	3	3	3	3	2
33	3	4	4	4	3	4
34	3	4	3	3	3	2
35	5	4	5	5	5	5
36	3	3	4	5	4	4
37	2	3	3	2	2	3
38	3	3	4	3	3	4
39	4	3	3	3	4	3
40	4	4	4	3	3	4

41	3	2	3	3	3	4
42	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	3	4	4
44	4	4	4	4	4	3
45	3	2	2	3	2	2
46	4	4	3	3	4	3
47	3	2	3	3	2	2
48	2	3	2	2	3	2
49	4	4	4	4	4	5
50	4	3	3	4	3	3
51	3	3	4	4	3	4
52	5	5	4	5	4	5
53	5	5	5	4	5	4
54	4	4	4	4	5	4
55	4	3	3	3	3	3
56	4	2	3	3	3	3
57	4	4	4	4	3	4
58	3	3	3	2	3	4
59	4	5	3	4	4	4
60	4	3	3	4	3	4
61	3	4	4	3	3	4
62	5	5	4	4	4	4
63	2	3	2	3	3	3
64	4	4	3	4	3	3
65	4	5	5	5	3	5
66	4	4	3	3	2	4
67	5	4	4	4	4	5
68	3	4	4	3	4	4
69	3	4	4	3	2	3
70	4	3	3	3	3	3
71	4	4	4	4	4	4
72	4	4	3	3	5	4
73	5	5	5	5	5	4
74	4	5	5	5	5	5
75	4	5	4	4	4	5
76	3	3	4	3	2	4
77	4	4	4	4	5	4
78	5	4	4	3	4	4
79	4	5	5	5	5	5
80	3	2	4	3	5	3
81	3	3	4	4	2	3
82	3	4	3	2	5	3
83	4	4	3	3	3	3
84	3	3	4	3	3	3

85	4	3	4	4	4	3
86	4	3	4	5	3	3
87	4	4	5	4	4	4
88	5	5	5	4	5	5
89	4	4	4	4	3	4
90	3	3	4	2	4	2
91	5	3	3	3	3	3
92	5	3	4	4	3	3
93	2	3	2	3	2	3
94	4	5	5	4	5	5
95	5	5	4	4	4	4
96	3	2	4	3	3	4
97	3	3	3	4	3	2
98	5	5	4	4	5	4
99	4	4	4	5	4	4
100	5	5	3	5	5	5

Lampiran bukti submit jurnal

