

PENGARUH KECEMASAN FINANSIAL, LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Rini Windiyani⁽¹⁾, Idham Lakoni⁽²⁾, Eko Wediyanto⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Universitas Prof.Dr.Hazairin,SH

riniwindiyani437@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of financial anxiety, financial literacy, and lifestyle on the consumptive online shopping behavior of Shopee PayLater users among students in Bengkulu City. The increasing phenomenon of Buy Now Pay Later (BNPL) service usage among students has encouraged consumptive behavior due to easy access to digital credit, modern lifestyles, and poor financial management. This research employed a quantitative approach using an associative method. The population in this study consisted of students in Bengkulu City who use Shopee PayLater. The sampling techniques used were purposive sampling and snowball sampling, with a total sample of 150 respondents. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Square (PLS) with the assistance of SmartPLS version 4 software. The results of this study indicate that financial anxiety has a positive and significant effect on the consumptive online shopping behavior of Shopee PayLater users. Financial literacy has a negative and significant effect on consumptive behavior, meaning that the higher the level of financial literacy, the lower the students' consumptive behavior. Lifestyle also has a positive and significant effect on the consumptive online shopping behavior of Shopee PayLater users. Simultaneously, financial anxiety, financial literacy, and lifestyle significantly influence the consumptive online shopping behavior of Shopee PayLater users among students in Bengkulu City. This study is expected to contribute to the development of financial management knowledge and serve as a consideration for students to be wiser in using digital financial services.

Keywords: Financial Anxiety, Financial Literacy, Lifestyle, Consumptive Behavior, Shopee PayLater

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan radikal dalam perilaku konsumsi masyarakat global. Transformasi ekonomi digital kini beralih dari transaksi konvensional tatap muka menuju ekosistem pasar digital atau *e-commerce*. Di Indonesia, tren ini berkembang sangat pesat, laporan (We Are Social & Meltwater, 2024) menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat adopsi belanja online tertinggi di dunia. Hal ini menciptakan gaya hidup baru yang menuntut kecepatan, kemudahan, dan aksesibilitas tanpa batas dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pesatnya *e-commerce* diikuti dengan inovasi sektor teknologi finansial (*fintech*) yang menghadirkan metode pembayaran fleksibel, salah satunya adalah *Buy Now Pay Later* (BNPL). Layanan ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara instan dan membayar di kemudian hari dengan sistem cicilan. Kemudahan akses kredit tanpa agunan dan proses verifikasi yang cepat membuat fitur paylater menjadi sangat populer,

mengalahkan penggunaan kartu kredit konvensional yang cenderung memiliki persyaratan birokrasi yang rumit bagi masyarakat umum.

Dalam lanskap BNPL di Indonesia, Shopee Paylater (Shopee Paylater) menempati posisi puncak sebagai penyedia layanan paling banyak digunakan. Berdasarkan data, penetrasi Shopee Paylater mencapai lebih dari 60% dibandingkan penyedia layanan serupa lainnya. Keberhasilan ini didorong oleh integrasi aplikasi yang mulus dengan *marketplace* Shopee, promosi yang masif, serta berbagai penawaran diskon khusus bagi pengguna metode pembayaran cicilan, yang secara langsung menarik minat masyarakat untuk bertransaksi lebih sering.

Mahasiswa yang termasuk dalam kelompok Generasi Z, merupakan segmen pasar utama dari layanan paylater. Secara psikologis dan sosiologis, mahasiswa berada pada masa transisi menuju kemandirian ekonomi namun mayoritas belum memiliki penghasilan tetap. Ketergantungan pada uang saku dari orang tua di satu sisi, dan godaan akses kredit instan di sisi lain, menempatkan mahasiswa pada posisi yang rentan terhadap perilaku keuangan yang tidak sehat. Penggunaan paylater di kalangan mahasiswa sering kali tidak lagi didasari oleh kebutuhan mendesak, melainkan dorongan konsumtif semata.

Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif (Sari et al., 2023), namun mayoritas penelitian tersebut dilakukan secara terpisah dan cenderung mengabaikan variabel psikologis seperti kecemasan finansial. Terdapat kesenjangan penelitian di mana belum banyak studi yang mengintegrasikan aspek kognitif (literasi), perilaku (gaya hidup), dan emosional (kecemasan) secara bersamaan dalam melihat penggunaan Shopee Paylater pada mahasiswa di luar Pulau Jawa. Penelitian ini hadir untuk menutup celah tersebut dengan memberikan perspektif yang lebih komprehensif.

Huston, (2010) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah aktifitas pembelian barang atau jasa yang dilakukan secara tidak direncanakan, melebihi batas kebutuhan, dan lebih mengutamakan keinginan atau kepuasan sesaat dari pada pertimbangan rasional atau manfaat nyata, khususnya dalam konteks transaksi melalui aplikasi belanja online. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan yang lebih didorong oleh keinginan, emosi, dan simbol sosial daripada kebutuhan yang rasional. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai aktivitas pembelian barang yang hanya didasarkan pada keinginan tanpa mempertimbangkan aspek fungsional atau kegunaan. Di era digital, perilaku ini diperparah dengan adanya fitur *flash sale* dan *gratis ongkir* yang memicu impulsivitas. Bagi mahasiswa, kemudahan meminjam dana melalui Shope Paylater tanpa perencanaan keuangan yang matang sering kali berakhir pada tumpukan utang yang melampaui kemampuan bayar mereka.

Kecemasan finansial adalah kondisi psikologis berupa perasaan cemas, tertekan, dan khawatir yang dialami individu ketika memikirkan kondisi keuangan pribadi, khususnya terkait utang, kemampuan memenuhi kebutuhan, dan ketidakpastian finansial di masa depan (Archuleta et al., 2013) Kecemasan finansial adalah kondisi psikologis yang ditandai oleh perasaan khawatir, stres, dan ketegangan yang muncul akibat ketidakpastian atau tekanan dalam kondisi keuangan individu, selanjutnya (Archuleta et al., 2020) menjelaskan bahwa kecemasan finansial merupakan respon emosional negatif terhadap kondisi keuangan yang dirasakan, seperti ketakutan terhadap utang dan ketidakmampuan mengelola keuangan, Dampak Kecemasan Finansial secara psikologis di sisi lain, terdapat aspek psikologis yang jarang disadari, yaitu kecemasan finansial (*financial anxiety*), kondisi ini merujuk pada perasaan stres, takut, atau gelisah terkait situasi ekonomi pribadi. Kecemasan finansial tidak selalu membuat seseorang berhemat, dalam banyak kasus, individu justru melakukan belanja online sebagai mekanisme koping atau *retail therapy* untuk meredakan stres sementara. Penggunaan Shopee Paylater menjadi jalan pintas bagi mahasiswa yang cemas untuk mendapatkan kepuasan instan, namun hal ini justru berujung pada beban pikiran baru akibat tagihan yang membengkak.

Lusardi & Mitchell, (2014) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan dasar, seperti bunga, inflasi, dan risiko, yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang efektif, selanjutnya (Remund, 2010) menjelaskan bahwa literasi keuangan adalah ukuran sejauh mana individu memahami konsep keuangan utama dan memiliki kemampuan serta kepercayaan diri untuk mengelola keuangan pribadi

Gaya hidup mencerminkan pola perilaku individu yang terlihat dari aktivitas, minat, serta kebiasaan mereka dalam menggunakan uang dan membagi waktu. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, mahasiswa pun semakin menunjukkan penerapan gaya hidup modern dalam keseharian mereka (Wijayanti et al., 2023). Pada dasarnya, gaya hidup merupakan bagian yang wajar dalam kehidupan mahasiswa, selama pengeluaran dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar atau kebutuhan primer yang memang diperlukan (Sari et al., 2023)

Perubahan gaya hidup mahasiswa semakin terdorong oleh kemudahan akses teknologi digital. Kehadiran sistem pembayaran seperti Buy Now, Pay Later (BNPL) tidak hanya memengaruhi kebiasaan konsumsi, tetapi juga menciptakan budaya konsumsi instan di kalangan mahasiswa, hampir 47,4 % pengguna BNPL pada 2025 adalah generasi Z, kelompok usia yang banyak terdiri dari mahasiswa dan dewasa muda, menunjukkan tren adopsi yang tinggi di kalangan ini. Selain itu, konsumen berusia 18–34 tahun tiga kali lebih mungkin menggunakan BNPL dibandingkan kelompok usia di atas 55 tahun, dan hampir 40 % pengguna Gen Z memanfaatkan BNPL secara mingguan. Tren ini diperkuat dengan kemudahan belanja online, seperti pengiriman langsung ke rumah, sistem pembayaran fleksibel, dan harga yang kompetitif sehingga mahasiswa tidak perlu lagi menyisihkan waktu khusus untuk berbelanja ke pasar atau pusat perbelanjaan. Internet membawa dampak signifikan terhadap pola konsumsi mereka, yang didorong oleh kecanggihan sistem pembayaran digital (Muthi'ah & Indrarini, 2023)

Perkembangan dompet digital seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay turut meningkatkan kenyamanan transaksi tanpa uang tunai dan memperluas akses keuangan bagi lebih banyak orang. Selain itu, layanan BNPL yang ditawarkan platform ecommerce juga memberikan fleksibilitas dalam mengatur pengeluaran, sehingga mendorong pertumbuhan transaksi digital secara keseluruhan (Dwi et al., 2023). Setiap individu dalam masyarakat pasti melakukan pembelian dan konsumsi berbagai barang dan jasa, baik untuk memenuhi kebutuhan dasar maupun untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Dorongan untuk membeli sering kali muncul dari ketertarikan terhadap suatu barang yang dianggap menarik, yang kemudian memperkuat keinginan untuk memilikinya. Pola perilaku konsumsi semacam ini dapat menyebabkan pemborosan dalam pengelolaan keuangan pribadi (Sari et al., 2023)

Kebaruhan penelitian ini terletak pada pengintegrasian kecemasan finansial, literasi keuangan, dan gaya hidup dalam menjelaskan perilaku konsumtif belanja online pengguna Shopee PayLater, khususnya pada mahasiswa di Kota Bengkulu yang merupakan wilayah non-metropolitan dan masih relatif terbatas dalam kajian empiris, karena penelitian sebelumnya umumnya hanya menelaah satu atau dua variabel secara terpisah atau berfokus pada kota besar, serta belum banyak menempatkan kecemasan finansial sebagai faktor psikologis utama dalam konteks penggunaan layanan paylater; selain itu, penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) sebagai landasan teori untuk menjelaskan bagaimana kecemasan finansial dan literasi keuangan membentuk perceived behavioral control, sementara gaya hidup memengaruhi sikap dan norma subjektif, yang pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater.

Fenomena spesifik di Kota Bengkulu penelitian di Kota Bengkulu dipilih karena karakteristik daerah yang sedang berkembang dengan jumlah mahasiswa yang signifikan dari berbagai universitas. Observasi awal di lingkungan kampus di Bengkulu menunjukkan tingginya frekuensi pengiriman paket belanja online dan banyaknya mahasiswa yang

membicarakan cicilan paylater mereka. Sebagai kota yang bukan megapolitan, pengaruh tren digital dari pusat (Jakarta) masuk melalui media sosial secara luas, menciptakan kontradiksi antara pendapatan rata-rata masyarakat daerah dengan gaya hidup digital yang diadopsi oleh mahasiswa di Bengkulu.

METODE

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa yang memakai layanan Shopee PayLater. Populasi ini dipilih karena mereka memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan fasilitas tersebut, sehingga informasi yang diberikan akan lebih sesuai dengan kebutuhan penelitian. (Sugiyono 2017) menjelaskan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa di kota Bengkulu.

Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa pengguna Shopee PayLater yang dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Sampel digunakan karena tidak memungkinkan meneliti seluruh mahasiswa satu per satu. (Arikunto, 2013) menyebutkan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan sumber data untuk mendapatkan kesimpulan penelitian. (al Hair et, 2014) ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif, terutama yang menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) baik CB-SEM maupun PLS-SEM harus memadai agar hasil analisis valid dan dapat diandalkan. Hair menekankan bahwa jumlah sampel berkaitan langsung dengan jumlah indikator dan kompleksitas model yang diuji. Cara penghitungannya yaitu Jumlah Sampel = Jumlah Indikator $\times$ 10 sampel. Penelitian ini menggunakan 15 indikator, jadi $1 \times 10 = 150$ sampel yang akan digunakan.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang cocok dalam penelitian ini yaitu :

- a. *Purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan memilih responden yang memang memenuhi kriteria tertentu. Teknik ini dipilih agar hanya mahasiswa yang benar-benar menggunakan Shopee PayLater yang dijadikan responden. Sesuai dengan pendapat (Sugiyono 2017), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu from peneliti agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Kriterianya sebagai berikut:
 1. Mahasiswa-Mahasiswi yang berkuliah di Kota Bengkulu.
 2. Mahasiswa-Mahasiswi yang menggunakan Shopee PayLater.
 3. Mahasiswa-Mahasiswa aktif dari semester 1-8
- b. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang berkembang dari jumlah kecil menjadi besar karena adanya rekomendasi dari responden sebelumnya (Sugiyono 2017).

Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner sebagai metode utama. Kuesioner dipilih karena bisa mengumpulkan data dalam jumlah besar dengan waktu yang lebih cepat dan mudah. Kuesioner berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Hal ini sesuai dengan pendapat (Sugiyono 2017) yang menyatakan bahwa kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penelitian ini, menggunakan kuesioner skala Likert agar setiap variabel seperti kecemasan finansial, literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku penggunaan PayLater bisa diukur secara angka.

Metode Analisa

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (Path Analysis) dengan metode analisis dua jalur, karena terdapat variabel intervening yang menghubungkan variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). (Duryadi, M. S., 2021) model analisis jalur digunakan untuk mengidentifikasi hubungan kausal langsung maupun tidak langsung antara variabel eksogen dan variabel endogen, termasuk pengaruh melalui variabel mediasi atau moderasi. Analisis ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah berdasarkan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini. Penelitian ini memakai teknik analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak Smart-PLS yang digunakan untuk menganalisis efek mediasi. Smart-PLS merupakan salah satu metode alternatif dalam analisis SEM yang menggunakan pendekatan *partial least squares* (PLS). Analisis dilakukan dengan menggunakan software Smart-PLS versi 4.

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau memaparkan data yang sudah terkumpul secara apa adanya, tanpa bertujuan untuk membuat kesimpulan yang bersifat umum atau melakukan generalisasi. Contoh statistik deskriptif meliputi penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, dan pictogram, serta penghitungan modus, median, mean (ukuran tendensi sentral), desil, persentil, serta penyebaran data yang diukur dengan rata-rata, standar deviasi, dan persentase (Sugiyono., 2017)

Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan persamaan pemodelan *Structural Equation Modeling* (SEM), sebuah teknik statistik yang kuat untuk menetapkan model pengukuran dan model struktural. Menurut (Ulum, 2014) metode SEM memiliki kemampuan analisis dan prediksi yang lebih unggul (*stronger predicting power*) dibandingkan dengan analisis jalur dan regresi berganda, karena SEM mampu menggali variabel atau model penelitian hingga tingkat yang lebih mendalam. Dengan menggunakan SEM, tidak hanya hubungan kausal langsung maupun tidak langsung antar variabel atau konstruk yang dapat diidentifikasi, tetapi juga besaran kontribusi masing-masing komponen dalam membentuk konstruk tersebut dapat ditentukan. Hal ini menjadikan hubungan kausal antar variabel atau konstruk menjadi lebih informatif, lengkap, dan akurat. Analisis ini dilakukan menggunakan software Smart-PLS (*Partial Least Square*) versi empat. Uji PLS atau Partial Least Square adalah pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian. Pendekatan ini banyak digunakan untuk analisis jalur, sehingga PLS menjadi teknik statistik yang sesuai untuk model yang melibatkan lebih dari satu variabel dependen dan independen (Irwan, & Adam, 2015) Uji PLS sangat cocok digunakan dalam studi eksperimen dengan model yang kompleks serta keterbatasan data dan tujuan kausalitas. Analisis menggunakan PLS dilakukan melalui tiga tahap :

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Dalam model SEM berbasis varian atau PLS-Path Modeling, terdapat komponen yang disebut *Outer Model* (model pengukuran). *Outer Model* atau yang juga dikenal sebagai model pengukuran bagian luar, bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Pengujian *Outer Model* dilakukan dengan menggunakan prosedur PLS Algorithm. Pada tahap ini, analisis difokuskan pada pengujian validitas dan reliabilitas indikator. Dalam PLS SEM, pengukuran *Outer Model* terbagi menjadi dua jenis, yaitu model reflektif dan formatif. Pengukuran pertama pada *Outer Model* dalam PLS SEM adalah model reflektif. Evaluasi model pengukuran ini dilakukan dengan menguji reliabilitas dan validitas indikatornya. Beberapa uji yang dilakukan pada *Outer Model* meliputi:

1. *Convergent Validity*

Menurut (Hair, Joseph F., Hult, 2021), validitas konvergen bisa dinilai dengan evaluasi terhadap nilai *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted*

(AVE). Outer loading yang tinggi pada sebuah konstruk menandakan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki keterkaitan yang kuat dan merefleksikan konstruk dengan baik. Setiap nilai outer loading pada indikator perlu signifikan secara statistik dan disarankan memiliki nilai minimal sebesar 0,7. ($\geq 0,7$). Dengan demikian seluruh indikator yang digunakan valid dan memenuhi kriteria validitas konvergen. Sementara itu, AVE merupakan rata-rata dari kuadrat outer loading semua indikator yang terkait dalam suatu konstruk. Nilai AVE dihitung dari jumlah kuadrat loading dibagi dengan jumlah indikator, dan dikatakan layak apabila nilainya 54 setidaknya 0,50 (Hair, Joseph F., Hult, 2021) AVE dengan nilai 0,50 atau lebih menunjukkan bahwa konstruk tersebut mampu menjelaskan setidaknya 50% varians dari indikator-indikator yang menyusunnya.

2. ***Discriminant Validity***

Validitas berarti mengukur hal yang memang seharusnya diukur (Ghozali, 2016). *Discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dalam model laten berbeda secara jelas dari variabel lainnya. Pengujian validitas bertujuan untuk menilai seberapa akurat suatu alat ukur dalam menjalankan fungsinya (Ghozali, 2016) dalam Smart-pls. Metode untuk menguji *discriminant validity* pada indikator reflektif adalah dengan melihat nilai cross loading, di mana setiap variabel harus memiliki nilai lebih dari 0,7. Alternatif lain adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *average variance extracted* (AVE) pada setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model; apabila nilai AVE lebih besar, maka konstruk tersebut memiliki validitas diskriminan yang baik.

3. ***Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)***

Mengukur reabilitas konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua metode, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composit Reliability*. Namun, penggunaan *Cronbach's Alpha* untuk cenderung memberikan nilai yang lebih rendah (*Under Estimate*) sehingga *Composit Reliability* lebih disarankan untuk digunakan. Uji reabilitas dilihat dari nilai *Composite Reliability* ialah nilai batas yang diterima reabiliti komposisi (PC) ialah $e^{*}0.6$ (Safrianti, S., Ismainar, 2022) *Composite 55 Reliability* digunakan untuk mengukur keandalan indikator pada suatu variabel, dengan kriteria nilai yang dianggap reliabel adalah lebih dari 0,6 (al Hair et, 2014)

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model keterkaitan antar variabel laten yang didasarkan pada *substantive theory*. Evaluasi terhadap inner model dilakukan untuk menilai sejauh mana hubungan antar konstruk laten sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Tujuan dari pengujian inner model adalah untuk menjelaskan relasi antar variabel laten (Setiawan, 2024).

R-Square

Menurut (A. Hair et, 2014) koefisien determinasi (nilai R^2) adalah ukuran kekuatan prediksi dalam sampel. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar kemampuan model struktural PLS dalam menjelaskan variabel endogen serta semakin baik pula kemampuan prediktifnya. Nilai R^2 berada dalam kisaran 0 sampai 1, di mana nilai 0 mengindikasikan tidak adanya hubungan, sedangkan nilai 1 menunjukkan hubungan yang sempurna. Jika nilai *R-Square* = 0,75 maka model kuat Jika nilai *R-Square* = 0,50 maka model sedang Jika nilai *R-Square* = 0,25 maka model lemah.

F-Square

Menurut (Cohen, 2013) ukuran *F-Square* atau F^2 effect size digunakan untuk menilai sejauh mana pengaruh relatif dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam model. Pengukuran ini mempertimbangkan perubahan nilai R^2 ketika satu variabel independen dikeluarkan dari model. Dengan kata lain, F^2 menggambarkan apakah keberadaan suatu variabel dalam model memberikan kontribusi

yang signifikan terhadap peningkatan nilai R^2 . Adapun interpretasi ukuran efek F^2 menurut (Cohen, 2013) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $F^2 = 0,02$ menunjukkan efek kecil dari variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi
2. Jika nilai $F^2 = 0,15$ menunjukkan efek sedang dari variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi
3. Jika nilai $F^2 = 0,35$ menunjukkan efek besar dari variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi

Stone-Geisser Q -square test (Predictive Relevance)

Stone-Geisser Q -square test untuk predictive relevance dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Q -square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga parameternya. Nilai Q -square lebih besar 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai Q -square kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance* (Sihombing, 2024). Untuk menghitung Q^2 dapat menggunakan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2_1)(1 - R^2_2) \dots (1 - R^2_p)$$

Uji Hipotesis

Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran atau pernyataan atau asumsi yang telah dibuat (Gebang et al., 2022).

HASIL

Persepsi jumlah Responden Pengguna Shopee PayLater (Y)

Variabel Persepsi Pengguna Shopee PayLater terdiri dari 3 indikator penelitian, pembelian tidak terencana, pembelian melebihi kebutuhan, dan ketergantungan pada transaksi online. Setiap indikator terdiri dari beberapa pernyataan dengan skala STS hingga SS. Berdasarkan 6 pernyataan yang merepresentasikan variabel penggunaan Shopee PayLater (Y), yang mengacu pada 3 indikator menurut (Agustini, 2023), yaitu pembelian tidak terencana, pembelian melebihi kebutuhan, dan ketergantungan pada transaksi online, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Shopee PayLater oleh responden tergolong sangat tinggi (Sangat Baik). Pada indikator pembelian tidak terencana, responden menunjukkan kecenderungan melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan yang matang, yang terlihat dari keputusan membeli barang berdasarkan ketertarikan sesaat terhadap produk yang ditampilkan di platform Shopee. Pada indikator pembelian melebihi kebutuhan, responden menunjukkan kecenderungan membeli barang yang tidak sepenuhnya dibutuhkan, bahkan terdapat perasaan menyesal setelah melakukan pembelian karena barang tersebut tidak terlalu diperlukan, yang mencerminkan adanya perilaku konsumtif. Sementara itu, pada indikator ketergantungan pada transaksi online, responden menunjukkan preferensi yang tinggi terhadap belanja online dibandingkan belanja langsung di toko fisik, yang menandakan adanya ketergantungan terhadap kemudahan transaksi digital melalui platform Shopee PayLater.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata sebesar 4,34 menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater oleh responden berada pada kategori sangat tinggi (Sangat Baik). Hal ini mengindikasikan bahwa Shopee PayLater tidak hanya menjadi alat pembayaran digital, tetapi juga turut membentuk pola konsumsi yang lebih impulsif, tidak terencana, dan sangat bergantung pada transaksi online dalam kehidupan sehari-hari.

Persepsi jumlah Responden Kecemasan Finansial (X_1)

Variabel kecemasan finansial diukur menggunakan 4 indikator penelitian, yaitu kekhawatiran terhadap kondisi keuangan pribadi, kecemasan terkait utang atau kewajiban

finansial, perasaan stres saat menghadapi masalah keuangan, serta kekhawatiran terhadap masa depan finansial.

Berdasarkan 8 pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kecemasan finansial (X_1), yang merujuk pada 4 indikator menurut (Archuleta et al. 2013), yaitu kekhawatiran terhadap kondisi keuangan pribadi, kecemasan terkait utang atau kewajiban finansial, perasaan stres saat menghadapi masalah keuangan, serta kekhawatiran terhadap masa depan finansial, maka dapat diketahui bahwa tingkat kecemasan finansial responden berada pada kategori sangat tinggi (Sangat Baik). Dilihat dari indikator pertama, yaitu kekhawatiran terhadap kondisi keuangan pribadi, responden cenderung menunjukkan perasaan tidak tenang dalam mengelola kondisi finansial sehari-hari. Hal ini menggambarkan adanya tekanan psikologis yang cukup kuat dalam aspek keuangan pribadi. Pada indikator kedua, yaitu kecemasan terkait utang atau kewajiban finansial, responden memperlihatkan kekhawatiran dalam memenuhi tanggung jawab finansial seperti cicilan, tagihan, maupun kewajiban pembayaran lainnya, yang menunjukkan adanya beban finansial dalam kehidupan mereka. Selanjutnya, pada indikator perasaan stres saat menghadapi masalah keuangan, terlihat bahwa responden mengalami tekanan emosional ketika dihadapkan pada pengeluaran yang tidak sesuai rencana atau saat harus mengambil keputusan finansial yang penting. Adapun pada indikator terakhir, yaitu kekhawatiran terhadap masa depan finansial, responden menunjukkan adanya rasa tidak yakin terhadap kondisi keuangan di masa yang akan datang, yang mencerminkan rendahnya rasa aman secara finansial jangka panjang.

Secara umum, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai rata-rata sebesar 4,34 berada pada kategori sangat tinggi (Sangat Baik). Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kecemasan finansial yang cukup tinggi, baik terhadap kondisi saat ini maupun prospek keuangan di masa depan.

Persepsi jumlah Responden Literasi Keuangan (X_2)

Variabel literasi keuangan diukur menggunakan 5 indikator penelitian, yaitu pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan berkomunikasi tentang konsep keuangan, kemampuan mengelola keuangan pribadi, kemampuan membuat keputusan keuangan, serta keyakinan atau perencanaan keuangan masa depan.

Berdasarkan 10 pernyataan yang merepresentasikan variabel literasi keuangan (X_2), yang mengacu pada 5 indikator menurut (Titin Kartini & Udik Masyudi .2022), yaitu pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan berkomunikasi tentang konsep keuangan, kemampuan mengelola keuangan pribadi, kemampuan membuat keputusan keuangan, serta keyakinan atau perencanaan keuangan masa depan, dapat diketahui bahwa tingkat literasi keuangan responden berada pada kategori sangat baik. Ditinjau dari aspek pengetahuan tentang konsep keuangan, responden telah menunjukkan pemahaman yang cukup baik dalam membedakan kebutuhan dan keinginan serta memahami dasar pengelolaan keuangan pribadi. Pada aspek kemampuan berkomunikasi mengenai konsep keuangan, responden mampu menyampaikan serta mendiskusikan hal-hal yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan kepada orang lain, baik teman maupun keluarga, sehingga menunjukkan adanya pemahaman yang tidak hanya bersifat teoritis tetapi juga komunikatif. Dari sisi kemampuan mengelola keuangan pribadi, responden terlihat telah mampu mengatur pengeluaran serta menyusun perencanaan keuangan berdasarkan pendapatan yang dimiliki, meskipun tingkat kedisiplinan antar responden masih bervariasi. Kemudian pada aspek kemampuan membuat keputusan keuangan, responden cenderung mempertimbangkan kondisi keuangan sebelum mengambil keputusan serta lebih mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan dalam melakukan pengeluaran. Adapun pada aspek keyakinan dan perencanaan keuangan masa depan, responden menunjukkan adanya kesadaran untuk memiliki target dan rencana keuangan jangka panjang, yang mencerminkan orientasi perencanaan finansial yang cukup baik.

Dengan demikian, nilai rata-rata sebesar 4,30 menunjukkan bahwa literasi keuangan responden berada pada kategori sangat baik, yang mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah memiliki pemahaman, kemampuan, serta kesadaran yang baik dalam mengelola keuangan pribadi serta merencanakan kondisi finansial di masa yang akan datang.

Persepsi jumlah Responden Gaya Hidup (X₃)

Variabel gaya hidup diukur menggunakan 3 indikator penelitian yaitu kegiatan, minat, dan pendapatan.

Berdasarkan pada 6 pernyataan yang merepresentasikan variabel gaya hidup (X₃), yang didasarkan pada tiga indikator menurut (Hidayat dkk.2025), yakni kegiatan, minat, dan pendapatan, dapat diketahui bahwa pola gaya hidup responden berada pada kategori sangat baik. Ditinjau dari aspek kegiatan, belanja online telah menjadi bagian dari aktivitas yang cukup sering dilakukan oleh responden dalam keseharian, sehingga menunjukkan bahwa pola konsumsi digital sudah terintegrasi dalam rutinitas mereka. Apabila dilihat dari aspek minat, responden menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap produk-produk yang sedang populer di media sosial maupun marketplace, termasuk penggunaan fitur paylater sebagai alternatif pembayaran yang dianggap praktis. Dari sisi pendapatan, kondisi keuangan pribadi atau uang saku yang dimiliki responden turut memengaruhi pola gaya hidup yang dijalankan, termasuk dalam menentukan keputusan penggunaan layanan paylater dalam aktivitas belanja online.

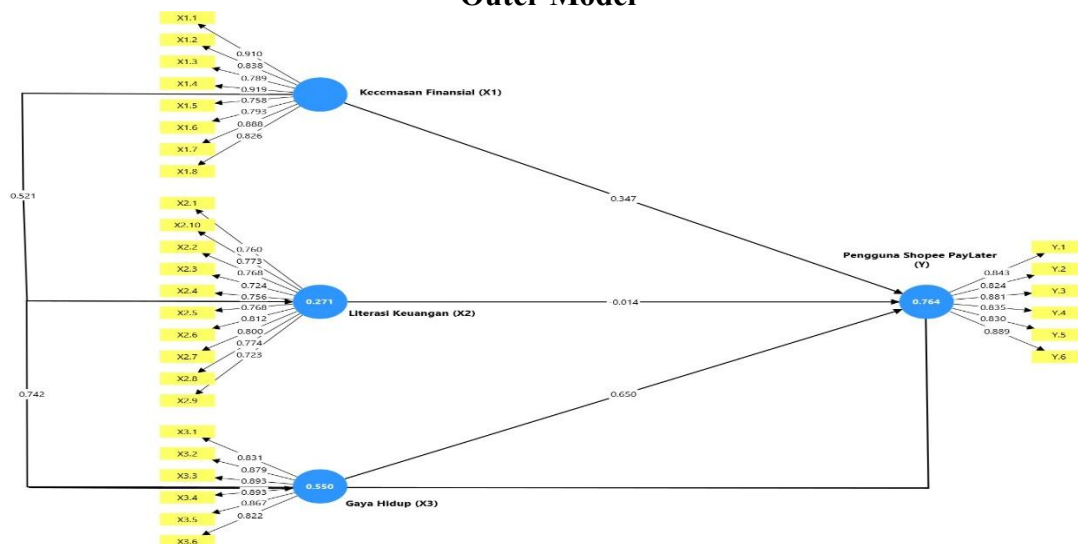
Oleh sebab itu, perolehan nilai rata-rata sebesar 4,32 mengindikasikan bahwa gaya hidup responden berada pada kategori sangat baik, yang mencerminkan bahwa aktivitas harian, ketertarikan terhadap tren, serta kemampuan finansial memiliki keterkaitan yang cukup kuat dalam membentuk perilaku konsumsi responden, khususnya dalam penggunaan platform belanja online.

Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode SEM-PLS (*Partial Least Square*) yang diolah melalui *software* SmartPLS versi 4.1.0.4. Berikut disajikan model skema yang digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 1
Outer Model



Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1, 2026

Analisis *outer model* bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara setiap indikator dengan variabel laten yang diukur dalam pengujian *outer model*.

1. Convergent Validity

Dalam penelitian ini, pengujian validitas konvergen dilakukan dengan memperhatikan nilai *outer loading*. Nilai tersebut mencerminkan tingkat hubungan antara masing-masing indikator dengan konstruk yang diwakilinya. Suatu indikator dapat dinyatakan memenuhi kriteria apabila memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70. Adapun hasil nilai *outer loading* dari setiap indikator pada variabel penelitian ditampilkan sebagai berikut :

Tabel 1
Outer Loading

Variabel	Kecemasan Finansial (X ₁)	Literasi Keuangan (X ₂)	Gaya Hidup (X ₃)	Pengguna Shopee PayLater (Y)	Keterangan
X1.1	0.910				Valid
X1.2	0.838				Valid
X1.3	0.789				Valid
X1.4	0.919				Valid
X1.5	0.758				Valid
X1.6	0.793				Valid
X1.7	0.888				Valid
X1.8	0.826				Valid
X2.1		0.760			Valid
X2.2		0.768			Valid
X2.3		0.724			Valid
X2.4		0.756			Valid
X2.5		0.768			Valid
X2.6		0.812			Valid
X2.7		0.800			Valid
X2.8		0.774			Valid
X2.9		0.723			Valid
X2.10		0.773			Valid
X3.1			0.831		Valid
X3.2			0.879		Valid
X3.3			0.893		Valid
X3.4			0.893		Valid
X3.5			0.867		Valid
X3.6			0.822		Valid
Y.1				0.843	Valid
Y.2				0.824	Valid
Y.3				0.881	Valid
Y.4				0.835	Valid
Y.5				0.830	Valid
Y.6				0.889	Valid

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan *SmartPLS* yang disajikan pada Tabel 4.9, mayoritas indikator pada setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 sehingga dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh

indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen berdasarkan nilai *outer loading* yang diperoleh.

2. Discriminant Validity

Tabel 2.
Discriminant Validity

Variabel	Kecemasan Finansial (X ₁)	Literasi Keuangan (X ₂)	Gaya Hidup (X ₃)	Pengguna Shopee PayLater (Y)	Keterangan
X1.1	0.910	0.383	0.376	0.530	Valid
X1.2	0.838	0.470	0.432	0.575	Valid
X1.3	0.789	0.433	0.510	0.564	Valid
X1.4	0.919	0.365	0.354	0.526	Valid
X1.5	0.758	0.456	0.533	0.607	Valid
X1.6	0.793	0.535	0.491	0.639	Valid
X1.7	0.888	0.417	0.430	0.574	Valid
X1.8	0.826	0.479	0.500	0.630	Valid
X2.1	0.292	0.760	0.503	0.416	Valid
X2.2	0.417	0.768	0.619	0.532	Valid
X2.3	0.481	0.724	0.579	0.547	Valid
X2.4	0.371	0.756	0.473	0.468	Valid
X2.5	0.425	0.768	0.586	0.579	Valid
X2.6	0.461	0.812	0.604	0.529	Valid
X2.7	0.321	0.800	0.517	0.403	Valid
X2.8	0.344	0.774	0.522	0.403	Valid
X2.9	0.468	0.723	0.632	0.538	Valid
X2.10	0.420	0.773	0.652	0.563	Valid
X3.1	0.457	0.708	0.831	0.617	Valid
X3.2	0.481	0.612	0.879	0.768	Valid
X3.3	0.464	0.635	0.893	0.768	Valid
X3.4	0.456	0.580	0.893	0.739	Valid
X3.5	0.476	0.666	0.867	0.762	Valid
X3.6	0.428	0.654	0.822	0.610	Valid
Y.1	0.486	0.597	0.804	0.843	Valid
Y.2	0.585	0.499	0.601	0.824	Valid
Y.3	0.606	0.554	0.698	0.881	Valid
Y.4	0.593	0.513	0.703	0.835	Valid
Y.5	0.609	0.493	0.625	0.830	Valid
Y.6	0.619	0.648	0.769	0.889	Valid

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS pada penelitian berjudul Pengaruh Kecemasan Finansial, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pengguna Shopee PayLater, nilai *cross loading* menunjukkan bahwa korelasi antara indikator dengan konstraknya lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lainnya. Selain itu, sebagian besar indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 sehingga dinyatakan valid dan telah memenuhi kriteria *convergent validity*. Hasil ini juga didukung oleh uji *discriminant validity* yang

menunjukkan nilai yang konsisten, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki kecocokan yang baik, mampu membedakan antar konstruk secara efektif, serta alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

3. *Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE).*

Tabel 3
Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Keandalan komposit (rho_a)</i>	<i>Keandalan komposit (rho_c)</i>	<i>Rata-rata varians diekstraksi (AVE)</i>
Kecemasan Finansial (X ₁)	0.941	0.944	0.951	0.709
Literasi Keuangan (X ₂)	0.922	0.922	0.934	0.587
Gaya Hidup (X ₃)	0.932	0.933	0.947	0.747
Pengguna Shopee PayLater (Y)	0.923	0.924	0.940	0.724

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel yang disajikan, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *composite reliability (rho_c)* di atas 0,70, seperti pada variabel kecemasan finansial sebesar 0,951, literasi keuangan 0,934, gaya hidup 0,947, dan perilaku pengguna Shopee PayLater sebesar 0,940, sehingga menunjukkan bahwa model tidak mengalami permasalahan reliabilitas. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada masing-masing variabel juga berada di atas batas minimum 0,50, yaitu berkisar antara 0,587 hingga 0,747, yang menandakan bahwa variabel mampu menjelaskan varians indikatornya dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria reliabilitas yang direkomendasikan dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Analisis model struktural (*inner model*) dalam PLS-SEM digunakan untuk menggambarkan dan menguji hubungan antar variabel laten berdasarkan teori yang mendasari, sekaligus menilai kesesuaian dengan hipotesis penelitian. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat kekuatan dan signifikansi hubungan antar konstruk laten dalam model penelitian.

1. *R-Square*

Menurut (A. Hair et, 2014) koefisien determinasi (nilai R^2) adalah ukuran kekuatan prediksi dalam sampel. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar kemampuan model struktural PLS dalam menjelaskan variabel endogen serta semakin baik pula kemampuan prediktifnya. Jika nilai *R-Square* = 0,75 maka model kuat Jika nilai *R-Square* = 0,50 maka model sedang Jika nilai *R-Square* = 0,25 maka model lemah.

Tabel 4.
R-Square

Variabel	<i>R-square</i>	<i>Adjusted R-square</i>
Pengguna Shopee PayLater (Y)	0.764	0.759

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1, 2026

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai *R-Square* variabel dependen pengguna Shopee PayLater sebesar 0,764, yang menunjukkan bahwa 76,4% variasi pada variabel tersebut dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, sedangkan sisanya sebesar 23,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai ini mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel independen dengan perilaku pengguna Shopee PayLater tergolong kuat, sehingga model penelitian mampu menjelaskan sebagian besar variasi yang terjadi.

2. F-Square

Effect size (f^2) digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Pengukuran ini dilakukan dengan melihat perubahan nilai R^2 ketika suatu variabel independen dikeluarkan dari model. Nilai f^2 dikategorikan kecil jika $< 0,02$, sedang jika berada pada rentang $0,02-0,15$, dan besar jika $> 0,35$. Melalui perhitungan ini, peneliti dapat mengetahui variabel independen yang paling dominan memengaruhi variabel dependen serta memahami hubungan antar konstruk laten secara lebih mendalam.

Tabel 5
F-Square

Variabel	Kecemasan Finansial (X ₁)	Literasi Keuangan (X ₂)	Gaya Hidup (X ₃)	Pengguna Shopee PayLater (Y)
Kecemasan Finansial (X ₁)		0.372		0.348
Literasi Keuangan (X ₂)			1.223	0.000
Gaya Hidup (X ₃)				0.752
Pengguna Shopee PayLater (Y)				

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *effect size* (f^2) pada tabel yang disajikan, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kecemasan Finansial terhadap Literasi Keuangan : memiliki nilai f^2 sebesar 0,372 yang termasuk dalam kategori efek besar, sehingga menunjukkan bahwa kecemasan finansial memberikan pengaruh yang kuat terhadap literasi keuangan.
2. Kecemasan Finansial terhadap Pengguna Shopee PayLater : memiliki nilai f^2 sebesar 0,348 yang juga tergolong efek besar, sehingga menunjukkan adanya pengaruh yang kuat dalam memengaruhi perilaku penggunaan Shopee PayLater.
3. Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup : memiliki nilai f^2 sebesar 1,223 yang termasuk dalam kategori efek sangat besar, sehingga dapat dikatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang sangat dominan terhadap gaya hidup.
4. Literasi Keuangan terhadap Pengguna Shopee PayLater : memiliki nilai f^2 sebesar 0,000 yang menunjukkan tidak adanya pengaruh atau efek yang sangat kecil terhadap variabel tersebut.
5. Gaya Hidup terhadap Pengguna Shopee PayLater : memiliki nilai f^2 sebesar 0,752 yang termasuk kategori efek besar, sehingga menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku penggunaan Shopee PayLater.

3. Stone-Geisser Q-square test (Predictive Relevance)

Uji *Stone-Geisser Q-square test predictive relevance* dilakukan dengan melihat hasil estimasi output SmartPLS versi 4 dibandingkan dengan kriteria seperti penjelasan pada tabel berikut.

Tabel 6

Stone-Geisser Q-square test (Predictive Relevance)

Variabel	Rule Of Thumb	Estimated model	Keterangan
SRMR	$< 0,10$	0,089	Fit
d_ ULS	$> 0,05$	3,694	Fit
d_ G	$> 0,05$	1,762	Fit
Chi-Square	$X^2 \text{ statistik} \geq X^2 \text{ tabel}$	$1265,224 > 42,557$	Fit

Variabel	Rule Of Thumb	Estimated model	Keterangan
NFI	Mendekati nilai 1	0,729	Fit
GoF	0,1 (GOF kecil), 0,25 (GOF moderat), 0,36 (GOF kuat)	0,724	Fit
Q ² Predictive Relevance	Q ² > 0 : model memiliki predictive relevance Q ² < 0 : model kurang memiliki predictive relevance 0.02(lemah), 0.15(moderat), 0.35(kuat)	Pengguna Shopee PayLater 0,452 > 0	Fit

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1, 2026

Berdasarkan tabel uji di atas yang telah dilakukan dalam penelitian ini didapatkan data bahwa :

1. SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) : SRMR mengukur perbedaan antara matriks korelasi yang diamati dan matriks korelasi yang diprediksi oleh model. Dengan nilai SRMR sebesar 0,089, yang lebih kecil dari 0,10, ini menunjukkan bahwa model memiliki fit yang baik dan sesuai dengan data yang ada.
2. d_ULS (*Unweighted Least Square Discrepancy*) : d_ULS mengukur ketidaksesuaian antara matriks kovarian yang diestimasi dengan matriks kovarians yang diamati. Nilai d_ULS sebesar 3,694 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa model dapat dikategorikan sebagai fit.
3. d_G (*Geodesic Discrepancy*) : d_G mengukur ketidaksesuaian antara matriks kovarian yang diestimasi dan diamati berdasarkan jarak geodesik. Nilai 1,762 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa model ini juga termasuk dalam kategori fit.
4. *Chi-Square Test* : Uji Chi-Square membandingkan model yang diestimasi dengan data yang diamati. Dalam uji ini, nilai *Chi-Square* hitung (1265,224) lebih besar dari nilai *Chi-Square* tabel (42,557), yang mengindikasikan bahwa model yang digunakan sangat sesuai dengan data, sehingga dapat dikatakan model fit.
5. NFI (*Normed Fit Index*) : NFI mengukur kesesuaian model dengan membandingkan nilai *Chi-Square* model yang diestimasi dengan model dasar. Nilai NFI sebesar 0,729, yang mendekati angka 1, menunjukkan bahwa model tersebut memiliki fit yang cukup baik.
6. GoF (*Goodness of Fit*) : GoF mengukur kesesuaian keseluruhan model berdasarkan proporsi varian yang dijelaskan oleh indikator. Nilai GoF sebesar 0,724 lebih tinggi dari standar 0,36, yang menunjukkan bahwa model ini memiliki fit yang kuat dan dapat diterima.
7. Q² (*Predictive Relevance*) : Q² mengukur kemampuan model untuk memprediksi variabel endogen. Dengan nilai Pengguna Shopee PayLater 0,452, yang lebih besar dari 0, ini menunjukkan bahwa model memiliki predictive relevance yang baik, sehingga model ini dapat memprediksi dengan relevansi yang tinggi.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping* pada model PLS-SEM untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak. Penilaian signifikansi dilakukan dengan melihat nilai *T-statistic* dan *P-values*. Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *P-values* < 0,05 dan nilai *T-statistic* > 1,96. Koefisien jalur (*path coefficient*) yang signifikan

menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen dalam model penelitian.

Tabel 7
Nilai Hasil Bootstrapping

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik ($ O/STDEV $)	Nilai (P values)	Ket
Kecemasan Finansial (X ₁) -> Pengguna Shopee PayLater (Y)	0.347	0.339	0.085	4.091	0.000	Terbukti
Literasi Keuangan (X ₂) -> Pengguna Shopee PayLater (Y)	-0.014	0.008	0.080	0.179	0.429	Tidak Terbukti
Gaya Hidup (X ₃) -> Pengguna Shopee PayLater (Y)	0.650	0.629	0.083	7.845	0.000	Terbukti

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1, 2026

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *bootstrapping* menggunakan aplikasi SmartPLS, dengan hasil sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis 1 Kecemasan Finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengguna Shopee PayLater.

Berdasarkan hasil analisis, variabel Kecemasan Finansial (X₁) menunjukkan nilai *T-statistics* sebesar 4,091 yang telah melampaui batas minimum 1,96, serta *P-values* sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05. Nilai tersebut juga lebih kecil dari 0,01, yang mengindikasikan tingkat signifikansi yang sangat kuat. Dengan demikian, hipotesis pertama dapat diterima.

2) Pengujian Hipotesis 2 Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengguna Shopee PayLater.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Literasi Keuangan (X₂) memiliki *T-statistics* sebesar 0,179 yang masih berada di bawah 1,96 dan *P-values* sebesar 0,429 yang melebihi 0,05. Kondisi ini menandakan bahwa pengaruh yang diberikan tidak signifikan. Oleh karena itu, hipotesis kedua tidak dapat diterima.

3) Pengujian Hipotesis 3 Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengguna Shopee PayLater.

Berdasarkan Nilai *T-statistics* Gaya Hidup (X₃) sebesar 7,845 yang jauh di atas 1,96 serta *P-values* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Selain itu, karena nilai *p-value* juga di bawah 0,01, maka tingkat signifikansinya tergolong sangat tinggi. Dengan demikian, hipotesis ketiga dinyatakan diterima.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan Pengaruh Kecemasan Finansial, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pengguna Shopee Paylater.

Pengujian Hipotesis 1 Kecemasan Finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengguna Shopee PayLater.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Kecemasan Finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengguna Shopee PayLater. Dengan demikian, hipotesis pertama dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kecemasan finansial yang dirasakan individu, maka kecenderungan dalam menggunakan layanan Shopee PayLater juga semakin meningkat.

Kecemasan finansial dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator, yaitu kekhawatiran terhadap kondisi keuangan pribadi, kecemasan terhadap kewajiban atau utang, perasaan tertekan saat menghadapi masalah keuangan, serta kekhawatiran terhadap kondisi finansial di masaIndikator tersebut menggambarkan kondisi psikologis yang dapat memengaruhi perilaku individu dalam mengambil keputusan ekonomi, terutama dalam memilih alternatif pembiayaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Schueffel, 2020), yang menyatakan bahwa kecemasan finansial berpengaruh terhadap penggunaan layanan *financial technology* (*fintech*), khususnya pada generasi muda. Individu yang mengalami tekanan finansial cenderung mencari solusi yang dianggap cepat dan praktis, sehingga layanan seperti Shopee PayLater menjadi pilihan karena menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa pembayaran langsung.

Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen, 2020), kecemasan finansial dapat memengaruhi *attitude* individu terhadap penggunaan layanan keuangan digital. Ketika seseorang merasa tertekan secara finansial, ia cenderung menilai penggunaan PayLater sebagai solusi yang membantu memenuhi kebutuhan secara instan. Selain itu, dalam konteks *perceived behavioral control*, kemudahan akses dan penggunaan layanan PayLater juga memperkuat keyakinan individu bahwa mereka mampu memanfaatkan layanan tersebut. Kondisi ini mendorong terbentuknya *behavioral intention* yang kemudian diwujudkan dalam penggunaan Shopee PayLater.

Selaras dengan konsep *financial technology*, layanan seperti Shopee PayLater merupakan inovasi berbasis teknologi yang dirancang untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam transaksi keuangan (Gai, 2018). Kemudahan tersebut membuat individu yang mengalami kecemasan finansial lebih terdorong untuk menggunakan layanan ini sebagai alternatif dalam memenuhi kebutuhan konsumtif. Dengan demikian, faktor psikologis dan perkembangan teknologi berperan dalam membentuk perilaku penggunaan layanan keuangan digital.

Pengujian Hipotesis 2 Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengguna Shopee PayLater.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengguna Shopee PayLater, sehingga hipotesis kedua dinyatakan ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman keuangan yang dimiliki individu tidak secara langsung menentukan keputusan dalam menggunakan layanan Shopee PayLater.

Pengukuran literasi keuangan dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek, yaitu pemahaman terhadap konsep keuangan, kemampuan menyampaikan informasi keuangan, pengelolaan keuangan pribadi, pengambilan keputusan finansial, serta perencanaan keuangan di masa depan. Secara konseptual, indikator tersebut seharusnya mencerminkan kemampuan individu dalam bertindak rasional terhadap kondisi keuangan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang belum tentu diterapkan dalam perilaku konsumsi sehari-hari.

Temuan ini menguatkan hasil penelitian (Utomo et al, 2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara apa yang diketahui dengan apa yang dilakukan.

Individu dapat memiliki pengetahuan yang memadai mengenai pengelolaan keuangan, tetapi tetap tidak mampu mengendalikan perilaku konsumtifnya, terutama dalam situasi yang menawarkan kemudahan dan kecepatan transaksi.

Sejalan dengan itu, (Lusardi, 2014) menjelaskan bahwa Menemukan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan seseorang membuat keputusan finansial yang tidak tepat. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), literasi keuangan dapat dikaitkan dengan *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola perilaku keuangan. Akan tetapi, keyakinan tersebut tidak selalu cukup kuat untuk membentuk *behavioral intention* apabila tidak didukung oleh faktor lain seperti tekanan sosial (*subjective norm*) atau daya tarik dari kemudahan teknologi.

Selanjutnya, jika ditinjau dari *Technology Acceptance Model* (TAM), penggunaan layanan *financial technology* lebih banyak dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Shopee PayLater sebagai bagian dari inovasi *fintech* menawarkan proses transaksi yang cepat, praktis, dan fleksibel, sehingga pengguna cenderung lebih mempertimbangkan kemudahan tersebut dibandingkan dengan pertimbangan rasional berbasis literasi keuangan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan bukan merupakan faktor utama dalam menentukan penggunaan Shopee PayLater. Dalam konteks ini, kemudahan teknologi serta faktor situasional memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan.

Pengujian Hipotesis 3 Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengguna Shopee PayLater.

Hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengguna Shopee PayLater. Dengan demikian, hipotesis ketiga dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup individu, maka kecenderungan dalam menggunakan layanan Shopee PayLater juga semakin meningkat. Gaya hidup dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator, yaitu kegiatan (*activity*), minat (*interest*), dan pendapatan (*income*). Ketiga indikator tersebut mencerminkan pola hidup individu dalam mengalokasikan waktu, perhatian, serta sumber daya yang dimiliki. Gaya hidup yang cenderung konsumtif biasanya ditandai dengan aktivitas belanja yang tinggi, minat terhadap tren, serta penggunaan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat keinginan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Salsabil & Safitri, n.d.) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem PayLater serta perilaku pengeluaran mahasiswa. Selain itu, (Sulaikah et al., 2025) juga menemukan bahwa gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode PayLater. Hal ini menunjukkan bahwa pola hidup yang berorientasi pada konsumsi menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan layanan keuangan berbasis digital.

Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), gaya hidup dapat dihubungkan dengan aspek *subjective norm*, yaitu pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku individu. Gaya hidup sering kali terbentuk dari interaksi sosial, tren, serta tekanan dari lingkungan sekitar. Ketika individu berada dalam lingkungan yang mendorong konsumsi dan mengikuti tren, maka kecenderungan untuk menggunakan layanan seperti Shopee PayLater akan semakin besar. Hal ini terjadi karena adanya dorongan sosial yang membentuk niat (*behavioral intention*) untuk melakukan perilaku tersebut.

Dari perspektif *financial technology*, Shopee PayLater sebagai bagian dari inovasi *fintech* memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Kemajuan teknologi memungkinkan individu untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup secara instan tanpa harus mempertimbangkan keterbatasan dana saat itu. Kemudahan ini membuat layanan PayLater

semakin relevan dengan pola hidup modern yang mengutamakan kecepatan dan kepraktisan dalam bertransaksi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa gaya hidup merupakan faktor yang memiliki peran dominan dalam memengaruhi penggunaan Shopee PayLater. Pola hidup yang konsumtif, didukung oleh kemudahan teknologi, mendorong individu untuk lebih aktif memanfaatkan layanan tersebut dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan mereka.

Pengujian Hipotesis 4 Kecemasan Finansial, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pengguna Shopee PayLater di Kota Bengkulu.

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian model struktural, diketahui bahwa Kecemasan Finansial, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pengguna Shopee PayLater di Kota Bengkulu. Dengan demikian, hipotesis keempat dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater terbentuk dari kombinasi faktor psikologis, kemampuan individu dalam memahami keuangan, serta pola hidup yang dimiliki konsumen.

Kecemasan Finansial mencerminkan kondisi psikologis individu yang ditandai dengan kekhawatiran terhadap kondisi keuangan, tekanan akibat kewajiban finansial, serta ketidakpastian di masa depan. Literasi Keuangan menggambarkan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, serta mengambil keputusan terkait keuangan. Sementara itu, Gaya Hidup merepresentasikan pola aktivitas, minat, dan penggunaan pendapatan dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga variabel ini berkontribusi dalam membentuk Perilaku Konsumtif yang ditunjukkan melalui pembelian tidak terencana, pembelian melebihi kebutuhan, serta ketergantungan pada transaksi online (Agustini, 2023).

Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil interaksi antara kondisi psikologis, kemampuan kognitif, dan pola hidup individu. Kecemasan finansial dapat mendorong individu untuk mencari solusi instan dalam memenuhi kebutuhan, literasi keuangan berperan sebagai dasar pengambilan keputusan, sedangkan gaya hidup memperkuat kecenderungan konsumsi. Ketika ketiga faktor tersebut bekerja secara bersamaan, maka dorongan untuk melakukan pembelian secara online menjadi semakin tinggi.

Hasil penelitian ini didukung oleh temuan (Xiao et al. 2016) dan (Netemeyer et al. 2018) yang menyatakan bahwa faktor psikologis dan literasi keuangan secara simultan memengaruhi perilaku konsumsi serta penggunaan kredit konsumtif. Hal ini menegaskan bahwa keputusan finansial individu tidak hanya ditentukan oleh aspek rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi emosional dan kebiasaan konsumsi.

Jika ditinjau dari perspektif *financial technology*, layanan seperti Shopee PayLater merupakan bagian dari inovasi *fintech* yang memberikan kemudahan, kecepatan, serta fleksibilitas dalam bertransaksi (Gai, 2018). Kemudahan tersebut memperkuat kecenderungan konsumtif karena individu dapat melakukan pembelian tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung. Dalam konteks ini, teknologi berperan sebagai fasilitator yang mempercepat terjadinya perilaku konsumtif.

Selain itu, dalam kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)*, perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai hasil dari terbentuknya *behavioral intention* yang dipengaruhi oleh sikap, tekanan sosial, dan persepsi kontrol. Ketika individu memiliki kecenderungan konsumtif, didukung oleh lingkungan sosial, serta merasa memiliki kemudahan dalam menggunakan layanan PayLater, maka kemungkinan untuk melakukan pembelian secara berlebihan akan semakin besar.

Maka hasil penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi antara faktor psikologis, kemampuan keuangan, dan gaya hidup, yang diperkuat oleh kemajuan teknologi, memiliki

peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif belanja online pengguna Shopee PayLater.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kecemasan Finansial, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pengguna Shopee Paylater Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Bengkulu, maka dapat disimpulkan hal-hal berikut :

1. Kecemasan Finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pengguna Shopee PayLater dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa nilai *T-statistics* sebesar 4,091 ($>1,96$) dan *P-value* 0,000 ($<0,05$). Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat kecemasan finansial seseorang, maka kecenderungan dalam menggunakan Shopee PayLater untuk berbelanja secara konsumtif juga semakin meningkat.
2. Literasi Keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pengguna Shopee PayLater. Berdasarkan hasil nilai *T-statistics* sebesar 0,179 ($<1,96$) dan *P-value* 0,429 ($>0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman keuangan yang dimiliki individu belum tentu mampu mengendalikan perilaku konsumtif dalam penggunaan Shopee PayLater.
3. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pengguna Shopee PayLater. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *T-statistics* sebesar 7,845 ($>1,96$) dan *P-value* 0,000 ($<0,05$). Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi gaya hidup konsumtif individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan dalam menggunakan Shopee PayLater untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan.
4. Kecemasan Finansial, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pengguna Shopee PayLater. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai *T-statistics* sebesar 3,291 ($>1,96$) dan *P-value* 0,001 ($<0,05$). Maka hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kombinasi faktor psikologis, kemampuan keuangan, dan pola gaya hidup individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). *Organizational Behavior and Human Decision Processes*(buku).
- Al-Zayn. (2023). *Kecemasan finansial terhadap perilaku konsumtif*.
- Archuleta, K. L., Dale, A., & Spann, S. M. (2013). *College students and financial distress. Journal of Financial Counseling and Planning*,.
- Archuleta, K. L., Dale, A., & Spann, S. M. (2013). College students and financial distress: Exploring debt, financial satisfaction, and financial anxiety. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 24(2), 50–62.
- Archuleta, K. L., Mielitz, K. S., Jayne, D., & Le, V. (2020). Financial Goal Setting, Financial Anxiety, and Solution-Focused Financial Therapy (SFFT): A Quasi-experimental Outcome Study. *Contemporary Family Therapy*, 42(1), 68–76. <https://doi.org/10.1007/s10591-019-09501-0>
- Arikunto, S. (2013). *Suatu pendekatan praktik*.
- Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*(2nd ed.). Routledge.
- Darrat, D., Darrat, M., & Amyx, D. (2016). How impulsive buying influences compulsive buying: The role of financial stress. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Davis, F. D. (1089). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.

- Duryadi, M. S., and M. S. (2021). *Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*.
- Dwi Putri Agustini, Hilda Hilda, & Ria Agustina. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja Melalui Aplikasi Belanja Online dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 14–20. <https://doi.org/10.59059/jupiekes.v2i1.782>
- Gai, Keke, Qiu, Meikang, & Sun, X. (2018). A survey on FinTech.). A survey on FinTech. *Jurnal Iternasional*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.
- Hair, Joseph F., Hult, G. T. M. (2021). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd Edition).). *Thousand Oaks, CA: Sage Publications*.
- Hair et, al. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling*.
- Hair et, A. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling*.
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Irwan, & Adam, K. (2015). *Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya*.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). *The economic importance of financial literacy*.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Murti, Andi, Putri, Nabila Rahma, & Wibowo, R. S. (2024). *Literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa*.
- Muthi'ah, F., & Indrarini, R. (2023). Pengaruh Literasi, Kegunaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.4050>
- Netemeyer, R. G., et al. (2018). How am I doing? Perceived financial well-being. *Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Research*,.
- Norvilitis, J. M., & Mao, Y. (2013). Attitudes towards credit and finances among college students in China and the United States. *International Journal of Psychology*, 48(3), 389–398. <https://doi.org/10.1080/00207594.2011.645486>
- OECD. (2018). *Organisation for Economic Co-operation and Development*.
- Putri, N. M., Lakoni, I., & Safrianti, S. (2023). 1259-Article Text-4130-1-10-20231128. 16(2), 356–365.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Roberts, J. A., & Jones, E. (2021). Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *Journal of Consumer Affairs*.
- Rose, S., & Dhandayudham, A. (2014). Towards an understanding of internet-based problem shopping behaviour: The concept of online shopping addiction and its proposed predictors. *Journal of Behavioral Addictions*,.
- Safrianti, S., Ismainar, H. (2022). Metodologi Penelitian Bisnis. *Yayasan Kita Menulis*.
- Salsabil, S., & Safitri, M. (n.d.). *Proceeding of the International Conference on Management , Lifestyle and Financial Literacy Effects on Online PayLater System and Spending Behavior*.
- Saran, R., & Gupta, N. (2018). *International Journal of Management Studies*.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Sayhrizal, A. (2023). Pengetahuan Literasi Keuangan dan gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah. *Journal of Creative Student Research*, 1(2), 143. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i2.1165>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior (10th ed.)*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Consumer Behavior. Jurnal ARASTIRMA*.
- Schueffel, P. (2020). *A scientific definition of FinTech*.
- Setiawan, D. (2024). Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*.
- Shapiro, G. K., & Burchell, B. J. (2012). *Measuring financial anxiety*.
- Sihombing, R. (2024). Analisis predictive relevance menggunakan metode PLS-SEM dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Manajemen Dan Statistik*, 8(1), 1–10.
- Simamora, D., & Panjaitan, R. (2026). Pengaruh literasi keuangan

- terhadap perilaku konsumtif Ghalia Indonesia.mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Universitas HKBP Nommensen Medan. *Journal of Golden Generation Economic*,.
- Solomon, M. R. (2020). Buying, Having, and Being. *Consumer Behavior*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2019a). Metode penelitian kuantitatif. *Jurnal of Cunsumer Affairs*.
- Sugiyono. (2019b). Metode penelitian kuantitatif. *Jurnal of Cunsumer Affairs*.
- Sulaikah, H., Malik, A. januar, & Fitriyani. (2025). Dampak Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Menggunakan Paylater Pada Mahasiswi Di Kampus Swasta Kota Makassar. *Center of Economic Students Journal*, 8(2), 654–663. <https://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CSEJ/article/view/1125%0Ahttps://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CSEJ/article/download/1125/746>
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2017a). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. *Ghalia Indonesia*.
- Sumarwan, U. (2017b). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. *Ghalia Indonesia*.
- Suryatri, I., Hanifa, R., Dekas, R., Haqiqi, T. M., & Mardony, D. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan sistem pembayaran Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen Kompeten*,.
- Susiloadi, et al. (2023). Psychological factors, financial literacy, and PayLater misuse toward compulsive buying behavior. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (IPB)*.
- Thaler, R. H. (2016). *Behavioral Economics Past, Present, and Future*. *American Economic Review*.
- Titin Kartini & Udik Masyudi. (2022). Literasi Keuangan (Financial Literacy) Mahasiswa Indeks Calon Pendidik Ekonomi FKIP Universitas Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 10(2): 154–164.
- Ulum, M. (2014). *Structural Equation Modeling (SEM): Konsep dan aplikasinya*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Utomo, S. B. (2024). *No Title*. 08(02), 1–10.
- Volpe, H. C. and R. P. (2016). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College. *Zhongguo Jiguang/Chinese Journal of Lasers*, 43(8), 107–128.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024 Indonesia Report*.
- Widiastuti, C. T., & Sumastuti, E. (2025). Financial literacy, usage of pay-later services, and impulse buying: The mediating role of shopping habits. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*,.
- Wijayanti, R. F., Evelina, T. Y., Budiarti, L., & Pribadi, J. D. (2023). Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Sebagai Pendorong Keputusan Pembelian Online. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 6(2), 236–247. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v6i2.4773>
- WOMWN DAN MIOR. (2022). pengaruh konsumen sebagai keputusan pembeli. *Jurnal of Internasional*, 33–40.
- Xiao, J. J., & O'Neill, B. (2016). Consumer financial education and financial capability. *International. Journal of Consumer Studies*,.