

Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee PayLater*: Peran Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup

Aminah^{1*}, Dwiyani Sudaryanti², Arista Fauzi Kartika Sari³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi : aminahmina525@gmail.com

ABSTRACT

The development of technology-based financial services has influenced people's consumption patterns, especially Generation Z. One widely used innovation is the PayLater service, which allows users to purchase goods in advance and then pay for them later. This study was conducted to determine the extent to which financial literacy, self-control, and lifestyle can influence the consumer behavior of Shopee PayLater users. This study uses quantitative methods and the type of data used is primary data, widely distributed questionnaires through online media to Generation Z as respondents in Malang City, and a sample size of 200 where the determination of the number of samples in this study uses the Malhotra formula. Data processing and analysis in this study used the SPSS application. The results of this study indicate that financial literacy has a positive and significant effect on consumer behavior; self-control has a negative and significant effect on consumer behavior; lifestyle has a positive and significant effect on consumer behavior; and simultaneously financial literacy, self-control, and lifestyle have an effect on consumer behavior.

Keywords: financial literacy, self-control, lifestyle, consumer behavior, *Shopee PayLater*, generation Z.

ABSTRACT

Perkembangan layanan keuangan berbasis teknologi telah memengaruhi pola konsumsi masyarakat, terutama generasi Z. Salah satu inovasi yang banyak digunakan adalah layanan *PayLater*, yang memungkinkan bagi pengguna membeli barang terlebih dahulu, lalu membayarnya di kemudian hari. Penelitian dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis data yang digunakan yaitu berupa data primer, penyaluran kuesioner secara luas melalui media online kepada generasi Z sebagai responden yang berada di Kota Malang, dan jumlah sampel sebanyak 200 dimana penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Malhotra. Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan secara simultan literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci: literasi keuangan, kontrol diri, gaya hidup, perilaku konsumtif, *Shopee PayLater*, generasi Z.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam sepuluh tahun terakhir telah memberikan pengaruh yang besar di berbagai aspek kehidupan, mulai dari komunikasi hingga kegiatan ekonomi. Perubahan digital ini menyebabkan pergeseran yang signifikan dalam cara orang menjalankan usaha, didorong oleh tingginya permintaan untuk layanan online yang efisien dan cepat. Di Indonesia, sektor yang mengalami pertumbuhan pesat adalah e-commerce, di mana

cara belanja masyarakat beralih secara drastis dari metode tradisional ke platform digital. Dengan meningkatnya kemajuan e-commerce, sektor teknologi finansial (fintech) di Indonesia juga menunjukkan perubahan besar yang signifikan (Hilwana et al., 2025). Inovasi di sektor Teknologi Keuangan (Fintech) muncul untuk menyediakan berbagai layanan finansial yang lebih efektif dan mudah dijangkau (Mariyani & Risanta, 2025).

Salah satu layanan keuangan digital yang sedang berkembang adalah fitur Buy Now Pay Later (BNPL) atau PayLater, yang memberi kesempatan kepada pelanggan untuk membeli barang tanpa harus membayar langsung dan menggunakan sistem cicilan dalam jangka waktu tertentu (Mariyani & Risanta, 2025). Shopee PayLater menjadi salah satu layanan yang paling dikenal dengan tingkat brand awareness sebesar 89% dan layanan ini juga menjadi yang paling banyak digunakan dengan persentase pengguna sebesar 77% (Bisnis.com, 2023). Kemudahan akses, proses pendaftaran yang sederhana, serta keterhubungan dengan platform e-commerce menjadi faktor utama tingginya penggunaan layanan ini (Athallah & Artadita, 2025). Namun, kemudahan tersebut juga berpotensi menimbulkan risiko perilaku konsumtif (Hilwana et al., 2025).

Generasi Z merupakan kelompok yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi dalam penggunaan teknologi digital dan e-commerce (Ulfa et al., 2025). Kelompok ini cenderung aktif dalam memanfaatkan layanan PayLater meskipun sebagian besar belum memiliki penghasilan tetap (Restike et al., 2024). Tingginya frekuensi penggunaan e-commerce menjadikan generasi Z rentan terhadap pengaruh promo dan diskon yang mendorong perilaku pembelian impulsif (Hilwana et al., 2025).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu dalam melakukan konsumsi secara berlebihan yang tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan pada keinginan dan faktor sosial (Ulfa et al., 2025). Dalam konteks digital, perilaku ini semakin meningkat seiring dengan kemudahan akses layanan keuangan berbasis teknologi seperti Shopee PayLater (Hilwana et al., 2025). Selain itu, faktor konformitas juga berperan dalam membentuk perilaku konsumtif, di mana individu berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya (Wardani & Anggadita, 2021).

Beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif di antaranya adalah literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup. Literasi keuangan berperan dalam membantu individu mengambil keputusan finansial yang bijaksana (Khaerunisa et al., 2024). Namun, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang tidak konsisten, di mana terdapat penelitian yang menunjukkan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Aini et al., 2023). Di sisi lain, terdapat penelitian yang menunjukkan pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Rakhman & Pertiwi, 2023). Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku dan menahan dorongan pembelian impulsif (Athallah & Artadita, 2025). Penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Aini et al., 2023). Namun, terdapat pula penelitian yang menunjukkan pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Nainggolan, 2022). Selain itu, gaya hidup juga menjadi faktor yang memengaruhi pola konsumsi individu (Khaerunisa et al., 2024). Gaya hidup yang mengikuti tren dapat mendorong individu untuk berperilaku konsumtif (Hilwana et al., 2025). Penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Rahmawati & Mirati, 2022). Namun, terdapat pula penelitian yang menunjukkan pengaruh negatif (Ulfa et al., 2025).

Kota Malang sebagai kota pendidikan memiliki jumlah perguruan tinggi yang besar sehingga menarik banyak mahasiswa dari berbagai daerah (BPS Kota Malang, 2024). Kondisi ini menjadikan Kota Malang sebagai pasar potensial bagi layanan e-commerce dan PayLater. Mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetap cenderung memanfaatkan layanan kredit instan untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup (Zein & Sartika, 2025).

Dari penelitian-penelitian terdahulu mengenai perilaku konsumtif pengguna layanan *buy now pay later*, khususnya *Shopee PayLater*, umumnya mengkaji pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, atau kontrol diri secara parsial dan terpisah. Sebagian besar studi menempatkan kontrol diri sebagai variabel mediasi atau moderasi, sehingga masih terbatas kajian yang menguji kontrol diri sebagai variabel independen bersama literasi keuangan dan gaya hidup dalam satu model penelitian yang komprehensif. Selain itu, mayoritas penelitian difokuskan pada wilayah tertentu seperti Jabodetabek atau Jawa Barat serta pada kelompok mahasiswa, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan karakteristik generasi Z di wilayah lain. Oleh karena itu, masih terdapat celah penelitian terkait integrasi literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup secara simultan dalam memengaruhi perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater*, khususnya pada generasi Z di Kota Malang.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen menjelaskan bahwa perilaku individu merupakan hasil dari suatu proses pengambilan keputusan yang bersifat rasional dan terencana. Teori ini menekankan bahwa niat untuk berperilaku (*behavior intention*) dipengaruhi oleh tiga determinan utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), serta persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Purwanto et al., 2023). Dalam ranah keuangan digital, *Theory of Planned Behavior* (TPB) digunakan sebagai kerangka analitis untuk menjelaskan peran faktor psikologis dan lingkungan dalam membentuk keputusan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital seperti *PayLater* yang dapat memicu perilaku konsumtif (Dalem & Nurabiah, 2025). Sikap terhadap perilaku menggambarkan tingkat evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu tindakan tertentu, yang dalam konteks *PayLater* terbentuk dari keyakinan individu mengenai manfaat dan konsekuensi dari perilaku konsumtif (Bactiar et al., 2025). Norma subjektif merujuk pada persepsi individu terhadap tekanan sosial dari lingkungan sekitar seperti keluarga dan teman sebaya yang dapat mendorong atau menghambat perilaku tertentu (Komalasari & Firmansyah, 2025). Kontrol perilaku yang dipersepsikan mencerminkan sejauh mana individu meyakini kemudahan atau kesulitan dalam merealisasikan suatu perilaku, yang dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya serta ekspektasi terhadap hambatan yang mungkin dihadapi. Dalam konteks ini, kemampuan pengendalian diri dan tingkat literasi keuangan menjadi bagian penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif (Anggiaputri & Efriyenti, 2025). Penerapan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam konteks ekonomi digital menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan layanan keuangan digital seperti *PayLater*, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam mengendalikan diri serta bagaimana individu memaknai gaya hidup di era digital (Komalasari & Firmansyah, 2025). Semakin tinggi tingkat literasi keuangan dan kontrol diri yang dimiliki individu, maka semakin kuat kemampuan individu dalam menekan kecenderungan perilaku konsumtif (Bactiar et al., 2025). *Theory of Planned Behavior* (TPB) bertujuan untuk memprediksi dan memahami bagaimana motivasi memengaruhi perilaku individu, serta mengidentifikasi strategi dalam mengubah perilaku dan menjelaskan berbagai bentuk perilaku manusia (Purwanto et al., 2022).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam memahami serta menerapkan konsep dan instrumen keuangan secara bijaksana. Kemampuan ini mencakup pengelolaan keuangan pribadi, pengambilan keputusan investasi, penyusunan anggaran, serta pemahaman terhadap berbagai produk keuangan, seperti tabungan, pinjaman, dan asuransi. Selain itu, literasi keuangan juga melibatkan pengetahuan mengenai risiko dan manfaat yang melekat pada setiap alternatif keputusan keuangan. Dengan demikian, literasi keuangan

merefleksikan tingkat pengetahuan dan keterampilan individu dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat melalui pemanfaatan sumber daya keuangan secara efektif dan efisien guna mencapai hasil yang optimal (Arviana et al., 2023).

Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan dan mengarahkan perilaku berdasarkan pertimbangan rasional, sehingga memungkinkan individu untuk menghindari pengambilan keputusan yang berpotensi merugikan. Tingkat pengendalian diri yang tinggi mencerminkan kapasitas individu dalam mengatur respons dan tindakan secara efektif, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya perilaku yang adaptif dan positif. Dalam konteks mahasiswa, kontrol diri berperan penting dalam menahan dorongan atau keinginan berlebihan, sehingga individu mampu menjaga fokus, berpikir secara objektif, serta tidak mudah terpengaruh oleh emosi maupun impuls sesaat (Lestari & Haris, 2024).

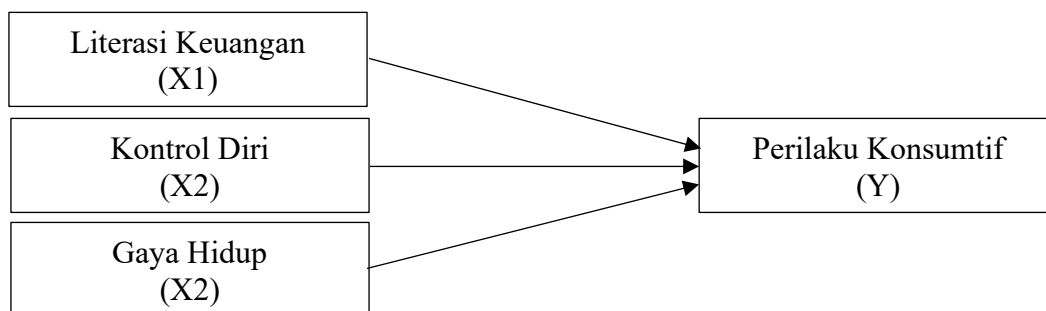
Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan salah satu determinan fundamental yang membentuk kebutuhan dan sikap individu, sehingga berpengaruh terhadap pola pembelian serta penggunaan suatu produk. Oleh karena itu, gaya hidup berperan penting dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen dalam menentukan pilihan pembelian (Lestari & Haris, 2024). Gaya hidup dapat dipahami sebagai pola perilaku individu dalam menentukan pilihan konsumsi yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini sehari-hari. Pola ini dapat diamati melalui kebiasaan, penampilan, serta berbagai aspek lain yang merepresentasikan cara individu menjalani kehidupannya (Prajogo et al., 2024).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif di definisikan sebagai perilaku yang mengutamakan gaya hidup dan kepuasan di atas kebutuhan (Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, 2022). Di kalangan generasi Z, khususnya mahasiswa, perilaku konsumtif dalam penggunaan *Shopee PayLater* dapat diidentifikasi melalui pola konsumsi yang berorientasi pada pemenuhan gaya hidup dan mengikuti tren yang sedang berkembang. Pola tersebut tercermin dalam kecenderungan pembelian berbagai produk, seperti pakaian, makanan, kosmetik, dan kebutuhan sejenis lainnya. Mahasiswa memanfaatkan *Shopee PayLater* sebagai instrumen pendukung aktivitas konsumsi mereka, yang mencakup baik kebutuhan sehari-hari maupun pembelian barang-barang yang bersifat estetik dan simbolis, sehingga memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari (Rahmawati & Mirati, 2022).

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

- H1: Literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* pada generasi Z di Kota Malang.
- H2: Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* pada generasi Z di Kota Malang.
- H3: Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* pada generasi Z di Kota Malang.

H4: Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* pada generasi Z di Kota Malang.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Lokasi

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dilaksanakan di Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Subjek dalam penelitian ini adalah generasi Z yang merupakan pengguna *Shopee PayLater*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2025 sampai Mei 2026.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z pengguna *Shopee PayLater* di Kota Malang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Malhotra. Jumlah sampel dianalisis sebanyak 200 pengguna *Shopee PayLater*.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Kajian ini memakai data primer yang diperoleh melalui kuesioner skala Likert 1–5. Instrumen tersebut disalurkan secara daring lewat *WhatsApp* dan *Telegram*.

Metode Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS untuk melakukan analisis deskriptif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	R Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan	X1.1	0,775	0,1388	Valid
	X1.2	0,799	0,1388	
	X1.3	0,695	0,1388	
	X1.4	0,740	0,1388	
Kontrol Diri	X2.1	0,854	0,1388	Valid
	X2.2	0,771	0,1388	
	X2.3	0,790	0,1388	
	X2.4	0,784	0,1388	
	X2.5	0,834	0,1388	
Gaya Hidup	X3.1	0,566	0,1388	Valid
	X3.2	0,454	0,1388	
	X3.3	0,596	0,1388	
	X3.4	0,629	0,1388	
	X3.5	0,522	0,1388	
	X3.6	0,632	0,1388	
	X3.7	0,554	0,1388	
	X3.8	0,782	0,1388	
	X3.9	0,517	0,1388	
Perilaku Konsumtif	Y1	0,631	0,1388	Valid
	Y2	0,440	0,1388	
	Y3	0,672	0,1388	
	Y4	0,662	0,1388	
	Y5	0,766	0,1388	

Variabel	Item	r Hitung	R Tabel	Keterangan
	Y6	0,643	0,1388	
	Y7	0,728	0,1388	
	Y8	0,643	0,1388	

Sumber data: Data Penelitian, 2026

Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan untuk pengujian validitas adalah sebanyak 200 responden dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1388.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
Literasi Keuangan	0,745	>0,60	Reliabel
Kontrol Diri	0,866	>0,60	Reliabel
Gaya Hidup	0,761	>0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,802	>0,60	Reliabel

Sumber data: Data Penelitian, 2026

Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel yang lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang baik dan layak digunakan dalam penelitian.

3. Hasil Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas

Tests of Normality						
	<i>Kolmogorov-Smirnov^a</i>			<i>Shapiro-Wilk</i>		
	<i>Statistic</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>	<i>Statistic</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>
<i>Unstandardized Residual</i>	.060	200	.076	.987	200	.073
<i>a. Lilliefors Significance Correction</i>						

Sumber data: Data Penelitian, 2026

Terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0,073 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi secara normal.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Coefficients			
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	Literasi Keuangan	.957	1.045
	Kontrol Diri	.844	1.185
	Gaya Hidup	.815	1.226
<i>a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif</i>			

Sumber data: Data Penelitian, 2026

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini dinyatakan tidak mengalami gejala multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>(Constant)</i>	5.791	1.545		3.747	<.001
Literasi Keuangan	-.095	.053	-.129	-1.806	.072
Kontrol Diri	.015	.035	.033	.434	.665
Gaya Hidup	-.056	.032	-.133	-1.724	.086

a. *Dependent Variable: ABRESID*

Sumber data: Data Penelitian, 2026

Terlihat bahwa seluruh nilai signifikansi berada diatas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

5. Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Regresi Linear Berganda

Coefficients					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 <i>(Constant)</i>	13.130	2.541		5.167	<.001
Literasi Keuangan	.435	.087	.278	5.017	<.001
Kontrol Diri	-.116	.058	-.118	-1.999	.047
Gaya Hidup	.420	.053	.475	7.892	<.001

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber data: Data Penelitian, 2026

Berdasarkan tabel 4.12 hasil dari uji regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 13.130 + 0.435X_1 - 0.116X_2 + 0.420X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 13,130 menunjukkan bahwa apabila variabel literasi keuangan (X1), kontrol diri (X2), dan gaya hidup (3) diasumsikan berada dalam kondisi tetap atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 13,130. Koefisien regresi pada variabel literasi keuangan (X1) sebesar 0,435 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan literasi keuangan sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,435, dengan asumsi variabel lainnya berada dalam kondisi konstan. Koefisien regresi pada variabel kontrol diri (X2) sebesar -0,116 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kontrol diri sebesar satu satuan akan menyebabkan penurunan nilai variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,116, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi variabel gaya hidup (X3) sebesar 0,420 menunjukkan bahwa setiap peningkatan gaya hidup sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai variabel Y sebesar 0,420 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

6. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1593.623	3	531.208	47.694	<.001 ^b
	Residual	2182.997	196	11.138		
	Total	3776.620	199			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), Gava Hidup, Literasi Keuangan, Kontrol Diri						

a. *Dependent Variable: Y*

b. *Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Kontrol Diri*

Sumber data: Data Penelitian, 2026

Hasil pengujian pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 47.694 dengan tingkat signifikansi sebesar .001. Karena nilai signifikansi < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.650 ^a	.422	.413	3.337

Sumber data: Data Penelitian, 2026

Hasil pengujian diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,413. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup mampu menjelaskan variabel perilaku konsumtif sebesar 41,3%, sedangkan sisanya sebesar 58,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

c. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9 Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	13.130	2.541		5.167	.001
Literasi Keuangan	.435	.087	.278	5.017	.001
Kontrol Diri	-.116	.058	-.118	-1.999	.047
Gaya Hidup	.420	.053	.475	7.892	.001

a. *Dependent Variable: Y*

Sumber data: Data Penelitian, 2026

1. Diketahui bahwa nilai sign variabel literasi keuangan (X1) $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,017 > 1,972$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y).
2. Diketahui bahwa nilai sign variabel kontrol diri (X2) $0,047 < 0,05$ dan nilai t hitung $-1,999 > 1,972$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh kontrol diri (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y).
3. Diketahui bahwa nilai sign variabel gaya hidup (X3) $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,892 > 1,972$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh gaya hidup (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y).

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna *Shopee PayLater*.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F-hitung sebesar 47,694 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara simultan variabel literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pengguna layanan *Shopee PayLater*. Dengan demikian, hipotesis (H1) dalam penelitian ini diterima. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif pada generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tertentu, melainkan merupakan hasil dari interaksi beberapa faktor yang saling berkaitan. Ketiga variabel tersebut secara simultan mampu menjelaskan bagaimana generasi Z menentukan keputusan konsumsi, khususnya ketika memanfaatkan layanan pembayaran tunda seperti *Shopee PayLater*.

2. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna *Shopee PayLater*.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel analisis regresi, variabel literasi keuangan (X1) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 5,017 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis (H2) dalam penelitian ini diterima dan secara parsial literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pada generasi Z pengguna *Shopee PayLater*. Hasil penelitian ini sejalan

dengan temuan yang dikemukakan oleh Aini et al., (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna *Shopee PayLater*.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel analisis regresi, variabel kontrol diri (X2) menunjukkan nilai t-hitung sebesar -1,999 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis (H3) dalam penelitian ini diterima dan secara parsial kontrol diri memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pada generasi Z pengguna *Shopee PayLater*. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Nainggolan, (2022) yang menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna *Shopee PayLater*.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel analisis regresi, variabel gaya hidup (X3) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 7,892 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara parsial gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pada generasi Z pengguna layanan *Shopee PayLater* dan hipotesis (H4) dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Rahmawati & Mirati, (2022) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan utama dari studi ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pengguna *Shopee PayLater* di Kota Malang, dengan nilai F-hitung sebesar 47,694. Secara parsial, literasi keuangan ditemukan berpengaruh positif dan signifikan, yang mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan yang tinggi justru meningkatkan kepercayaan diri individu dalam memanfaatkan fasilitas kredit digital. Sebaliknya, kontrol diri memiliki pengaruh negatif dan signifikan, di mana kemampuan pengendalian diri yang kuat terbukti mampu menekan dorongan konsumsi meskipun di tengah kemudahan akses transaksi. Sementara itu, gaya hidup menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, yang menegaskan bahwa orientasi pada tren sosial dan lingkungan digital menjadi pendorong utama meningkatnya aktivitas konsumsi melalui layanan pembayaran digital.

Keterbatasan

Penelitian ini telah dilaksanakan secara sistematis, namun masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, ruang lingkup penelitian yang terbatas pada responden Generasi Z di wilayah Kota Malang menyebabkan hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan secara luas untuk menggambarkan kondisi di wilayah lain dengan karakteristik sosial dan budaya yang berbeda. Kedua, variabel independen yang digunakan hanya mencakup literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup, sementara masih terdapat faktor lain seperti pengaruh media sosial, tingkat pendapatan, serta faktor psikologis yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif namun tidak dianalisis dalam studi ini. Ketiga, penggunaan metode *self-report* melalui kuesioner memungkinkan adanya bias persepsi responden, sehingga jawaban yang diberikan mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi perilaku nyata di lapangan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diidentifikasi, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya. Peneliti di masa depan diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh memiliki tingkat

generalisasi yang lebih tinggi. Selain itu, pengembangan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti pengaruh media sosial, tingkat pendapatan, atau persepsi kemudahan penggunaan, sangat disarankan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumsi digital. Terkait metodologi, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengombinasikan kuesioner dengan teknik wawancara mendalam guna memperoleh data yang lebih akurat, terperinci, dan meminimalisir bias persepsi. Terakhir, dalam pemilihan sampel, disarankan untuk melakukan penyaringan yang lebih ketat guna memastikan responden adalah pengguna aktif yang intens menggunakan fitur *Shopee PayLater* agar hasil penelitian mencerminkan kondisi perilaku konsumtif yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini *et al.* (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Pengguna Aplikasi Belanja Online. 2(1), 41–49.
- Anggiaputri & Efriyenti. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Kontrol Diri, Literasi Keuangan Dan Persepsi Resiko Terhadap Tren Penggunaan *Paylater* Dikalangan Mahasiswa. 05, 867–879.
- Arviana *et al.* (2023). Pengaruh *Financial Literacy*, *Opportunity Cost*, Kontrol Diri, dan *Financial Hedonism* terhadap Minat Penggunaan Fitur *Paylater* pada Generasi Milenial. September.
- Athallah & Artadita. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y dan Z Pengguna *Shopee PayLater* di Jawa Barat.
- Bactiar *et al.* (2025). Efek Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Keuangan Karyawan. 23(1), 90–109.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v23i1.11166>
- Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2024). Kota Malang Dalam Angka 2024. xx.
- Bisnis.com. (2023). Survei *Populix: Shopee Paylater* Terpopuler, *GoPay* dan *Akulaku* Nomor Berapa? *Bisnis.Com*. <https://finansial.bisnis.com/read/20231031/563/1709831/survei-populix-shopee-paylater-terpopuler-gopay-dan-akulaku-nomor-berapa>
- Dalem & Nurabiah. (2025). Pengaruh pengelolaan keuangan, gaya hidup, dan media sosial terhadap keputusan penggunaan *paylater* pada generasi *sandwich*. 14(10), 1448–1460.
- Fatmawatie. (2022). *E Commerce dan Perilaku Konsumtif*. IAIN Kediri Press.
- Hilwana. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee PayLater*: Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z. 3(1), 422–437.
- Khaerunisa *et al.* (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee Paylater* pada Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon). 10(01), 57–67.
- Komalasari & Firmansyah. (2025). Jebakan *Paylater* Era *Flexing*: Studi Integratif TPB terhadap Literasi Keuangan Digital, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Konsumtif Gen Z di Kota Bandung. 4(3), 8129–8142.
- Lestari & Haris. (2024). Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui *Shopee Paylater* pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. 9(204), 389–404.
- Mariyani & Risanta. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Penggunaan *Shopee Paylater* Pada Generasi Z di Banjarmasin. 7(2). <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2529>
- Nainggolan. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol diri dan Penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan. 5(1), 810–826.

- Prajogo *et al.* (2024). *The Influence of Financial Literacy, Lifestle and Hedonism On The Use Of Shopee Paylater Amongst Students*. 5(2), 68–81.
- Purwanto *et al.* (2023). *Theory of Planned Behavior*. Literasi Nusantara.
- Purwanto *et al.* (2022). *Theory of Planned Behavior (Implementasi Perilaku Electronic Word of Mounth pada Konsumen Marketplace*.
- Rahmawati & Mirati. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi millenial.
- Rakhman & Pertiwi. (2023). Literasi Keuangan, Penggunaan *E-Money*, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. 5, 560–575.
- Restike *et al.* (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan *Shopee Paylater* Gen Z. 22(1), 100–113.
- Ulfa *et al.* (2025). Pengaruh penggunaan paylater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2021-2024 universitas pandanaran semarang. 7(4), 6–16.
- Wardani & Anggadita. (2021). Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja. Penerbit Nem.
- Zein & Sartika. (2025). *Financial Literacy, Consumptive Behavior, and Lifestyle On The Use Of Shopee Paylater With The Moderating Role Of Financial Behavior*. 8(2), 5910–5927.