

PENGARUH SIKAP FINANSIAL, KONTROL DIRI DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta)

Cherya Nala Putri¹ Yuhelmi²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
Cheryanalaputri8@gmail.com, yuhelmi@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membuktikan pengaruh sikap finansial, kontrol diri, dan teman sebaya terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Studi kasus dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang menjadi pengguna aktif Shopee *PayLater*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 278 orang mahasiswa yang dipilih sebagai sampel penelitian. Layanan Beli sekarang bayar seperti Shopee *PayLater* semakin populer di kalangan mahasiswa karena dianggap praktis, namun di sisi lain dapat memunculkan risiko perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Analisis ini digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel sikap finansial, kontrol diri, dan teman sebaya terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa sikap finansial memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*, Sementara itu, kontrol diri dan teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*.

Kata Kunci: Sikap keuangan, Kontrol diri, dan Teman sebaya, Perilaku penggunaan, Shopee *PayLater*

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of financial attitudes, self-control, and peer groups on Shopee PayLater usage behavior. The case study was conducted on students from the Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University, who are active users of Shopee PayLater. The number of respondents in this study was 278 students selected as the research sample. Buy now pay services such as Shopee PayLater are increasingly popular among students because they are considered practical, but on the other hand, they can give rise to the risk of consumptive behavior if not balanced with good financial management. The analysis method used is multiple linear regression with the help of the SPSS application version 25. This analysis is used to see the extent of the influence of financial attitudes, self-control, and peer groups on Shopee PayLater usage behavior. Based on the results of the study, it was found that financial attitudes have a negative influence on Shopee PayLater usage behavior, Meanwhile, self-control and peer groups have a positive influence on Shopee PayLater usage

behavior. Keywords: Financial attitude, Self-control, and Peers, Usage behavior, Shopee PayLater

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah mengubah pola konsumsi masyarakat di berbagai belahan dunia. Inovasi di bidang keuangan digital (*fintech*) tidak hanya memudahkan akses terhadap layanan keuangan, tetapi juga menghadirkan tantangan baru terkait perilaku konsumtif dan pengelolaan keuangan pribadi. Salah satu produk *fintech* yang berkembang pesat adalah layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian saat ini dan membayarnya pada periode mendatang. Di Indonesia, layanan BNPL semakin diminati seiring dengan tingginya penetrasi internet dan pertumbuhan *e-commerce*. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024), akumulasi transaksi melalui *PayLater* mencapai lebih dari Rp30 triliun dengan peningkatan signifikan dari tahun sebelumnya. Fakta ini menunjukkan adanya peningkatan minat masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap penggunaan instrumen utang berbasis digital.

Shopee PayLater merupakan salah satu layanan BNPL paling populer di Indonesia. Keunggulan layanan ini antara lain kemudahan akses tanpa kartu kredit, proses verifikasi yang cepat, serta adanya berbagai promo dan potongan harga. Hal ini membuat mahasiswa sebagai kelompok usia produktif dan digital native sangat rentan menjadi pengguna aktif layanan ini. Namun, kemudahan tersebut tidak jarang menimbulkan masalah baru berupa perilaku konsumtif, pembelian impulsif, hingga potensi gagal bayar. Fenomena ini relevan mengingat mahasiswa pada umumnya belum memiliki penghasilan tetap dan masih dalam tahap pembentukan pola pikir finansial.

Beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa sikap keuangan mahasiswa masih berada pada kategori rendah hingga sedang, sehingga mereka lebih mudah terpengaruh oleh faktor eksternal seperti promosi maupun pengaruh teman sebaya (Zahrufiq, 2022; Widi Nugrahanti et al., 2024). Kondisi ini diperparah oleh rendahnya kontrol diri yang menjadikan mahasiswa lebih sulit menahan dorongan konsumtif. Dengan demikian, sikap finansial, kontrol diri, dan pengaruh teman sebaya diduga menjadi faktor kunci yang menentukan perilaku penggunaan *Shopee PayLater*.

Secara akademis, penelitian mengenai penggunaan *PayLater* telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih terfokus pada aspek literasi keuangan dan perilaku konsumsi. Penelitian yang secara simultan menguji pengaruh sikap finansial, kontrol diri, dan teman sebaya pada mahasiswa masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur mengenai perilaku keuangan digital di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk: menganalisis pengaruh sikap finansial terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*; menganalisis pengaruh kontrol diri terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*; dan menganalisis pengaruh teman sebaya terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara akademis dengan memperkaya kajian perilaku keuangan digital, secara praktis bagi mahasiswa dalam meningkatkan kesadaran terhadap pengelolaan keuangan, serta secara kebijakan bagi penyedia layanan *fintech* dan regulator dalam menyusun strategi edukasi dan mitigasi risiko penggunaan BNPL.

KAJIAN LITERATUR

1. Sikap Finansial (*Financial Attitude*)

Definisi dan peran. Sikap finansial adalah pola pikir, penilaian, dan kecenderungan individu dalam mengelola uang (Pankow, 2003; Xiao, 2008). Sikap ini mencakup kebiasaan menabung, perencanaan, dan evaluasi risiko utang. Di kalangan mahasiswa, sikap finansial yang positif cenderung menekan perilaku penggunaan kredit konsumtif karena adanya perencanaan dan pertimbangan kemampuan bayar.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sikap finansial mempunyai hubungan negatif terhadap perilaku konsumtif dan penggunaan BNPL. Misalnya, Zahrufiq (2022) dan Widi Nugrahanti et al. (2024) menemukan bahwa sikap finansial yang baik menurunkan kecenderungan penggunaan *PayLater* secara impulsif. Dalam skripsi ini juga dikemukakan bahwa sikap finansial merupakan determinan utama yang mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa.

Indikator pengukuran: penting perencanaan, kepedulian terhadap pengeluaran, pentingnya menabung, tanggung jawab, dan keputusan finansial.

2. Kontrol Diri (*Self-Control*)

Kontrol Diri mengacu pada kemampuan individu dalam mengatur impulsif, emosi, dan perilaku agar sesuai dengan tujuan jangka panjang (Tangney, Baumeister, dan Boone, 2004). Dalam konteks penggunaan teknologi finansial seperti Shopee *PayLater*, Kontrol Diri memengaruhi bagaimana seseorang merespons dorongan untuk konsumsi instan yang difasilitasi oleh kemudahan sistem pembayaran digital. Kontrol Diri ke dalam kerangka TAM menjadi relevan dalam menjelaskan mengapa pengguna tidak hanya mempertimbangkan kemudahan dan manfaat, tetapi juga bagaimana mereka mampu mengendalikan dorongan untuk menggunakan teknologi secara impulsif (LaRose dan Eastin, 2004). Dalam konteks mahasiswa, yang umumnya memiliki penghasilan terbatas dan kebutuhan konsumsi tinggi, kontrol diri menjadi faktor penting yang dapat menentukan apakah persepsi positif terhadap teknologi seperti Shopee *PayLater* akan berujung pada perilaku penggunaan yang bertanggung jawab atau justru konsumtif (Parker dan Fischhoff, 2005).

Mahasiswa dengan kontrol diri tinggi mungkin tetap mempertimbangkan risiko dan dampak keuangan jangka panjang, meskipun mereka menilai Shopee *PayLater* berguna dan mudah digunakan (Lee dan Song, 2013). Sebaliknya, mahasiswa dengan kontrol diri rendah akan cenderung menggunakan layanan tersebut secara impulsif tanpa mempertimbangkan konsekuensi, meskipun faktor PU dan PEOU mendukung (Ratten, 2015).

Indikator pengukuran: menahan dorongan, konsisten anggaran, menolak promosi, pertimbangan matang dan emosional.

3. Teman Sebaya (*Peer Influence*)

Teman sebaya dapat memainkan peran penting dalam membentuk persepsi individu mengenai kegunaan dan kenyamanan suatu teknologi, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan untuk mengadopsinya. Dalam konteks model TAM, pengaruh teman sebaya dapat dikategorikan sebagai variabel eksternal yang memengaruhi persepsi kegunaan (PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) secara tidak langsung (Venkatesh dan Davis, 2000). Mahasiswa yang berada didalam lingkungan yang mendorong penggunaan layanan finansial digital, seperti Shopee *PayLater*, akan cenderung mengembangkan sikap positif terhadap teknologi tersebut, baik karena persepsi bahwa banyak orang di sekitar mereka telah menggunakannya, maupun karena norma sosial yang terbentuk dalam kelompok tersebut (Ajzen, 1991). Tekanan sosial ini dapat memperkuat niat perilaku (behavioral intention), bahkan ketika individu sebenarnya memiliki keraguan terhadap risiko atau ketidakpastian layanan.

Indikator pengukuran: ajakan teman, tekanan sosial, keinginan diteima, kesamaan perilaku dan tren.

4. Perilaku Penggunaan

Perilaku pengguna mencakup intensitas penggunaan, tujuan penggunaan (esensial vs *non-esensial*), manajemen pembayaran, dan kecenderungan impulsif/rasional dalam bertransaksi. Dalam konteks *PayLater*, fokus penelitian umumnya pada penggunaan yang cenderung konsumtif dan impulsif di kalangan mahasiswa.

Penelitian terdahulu mengaitkan perilaku penggunaan *PayLater* dengan kombinasi faktor internal (literasi, sikap, kontrol diri) dan faktor eksternal (teman sebaya, promosi). Skripsi ini merangkum bukti empirical bahwa kombinasi ketiga variabel independen (sikap finansial, kontrol diri, teman sebaya) mampu menjelaskan variasi perilaku penggunaan di kalangan mahasiswa. Perilaku pengguna adalah serangkaian tindakan yang benar-benar dilaksanakan individu, faktor ini memandu pengguna dalam memilih dan penggunaan produk sesuai dengan preferensi mereka (Mauludin et al. 2022). Perilaku pengguna menurut Kotler dan Keller (2017) didefinisikan sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku dan lingkungan dimana manusia melakukan

pertukaran aspek-aspek kehidupan.

Perilaku pengguna ini terbagi menjadi dua yaitu, perilaku pengguna Rasional dan Perilaku pengguna Irrasional (Anisa dan Sitohang et al. 2021).

Perilaku rasional muncul ketika konsumen melakukan proses pencarian informasi, membandingkan produk, hingga mempertimbangkan keamanan transaksi. Studi oleh *Current Psychology* (2024) menemukan bahwa sikap rasional konsumen dalam belanja online meningkatkan kepercayaan terhadap platform digital, yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan belanja. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rasional perilaku konsumen, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diperoleh dalam transaksi online. Sebaliknya, perilaku pengguna yang irasional mencakup tindakan yang dipengaruhi oleh emosi, gengsi, dan gaya hidup. Pengguna irasional mudah tergoda oleh iklan dan promosi yang menarik, memilih barang bermerek atau berlabel dengan harga tinggi, dan kadang-kadang membeli barang bukan karena kebutuhan, tetapi untuk meningkatkan status sosial atau memenuhi kebutuhan emosional (Baumeister, 2002; Richins, 1994). Mereka cenderung mengikuti tren dan berkonsentrasi pada aspek hedonis, yaitu mencari pengalaman dan kebahagiaan emosional saat berbelanja (Hirschman dan Holbrook, 1982).

Indikator pengukuran: intensitas penggunaan, tujuan penggunaan, pengelolaan pembayaran, persepsi terhadap resiko dan pertimbangan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

HI: Sikap finansial berpengaruh negatif terhadap perilaku penggunaan Shopee PayLater

Octaviana et al. (2024) menemukan bahwa sikap finansial berpengaruh negatif terhadap penggunaan layanan *PayLater*, di mana individu dengan sikap finansial yang buruk lebih rentan menggunakan layanan tersebut secara impulsif tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Penelitian lokal turut memperkuat temuan tersebut. Widi Nugrahanti et al. (2024) menyatakan bahwa mahasiswa dengan sikap finansial negatif cenderung menggunakan *PayLater* tanpa perencanaan keuangan yang matang.

H2: Kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku penggunaan Shopee PayLater

Penelitian terdahulu menunjukkan pengaruh negatif dari rendahnya kontrol diri terhadap perilaku pengguna Shopee *PayLater*. Siswanti dan Halida (2020) menemukan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri rendah cenderung impulsif dan kurang disiplin dalam membayar tagihan *Paylater*. Julita et al. (2022) menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*, di mana mahasiswa dengan kontrol diri rendah lebih rentan melakukan pembelian impulsif. Damayanti (2023) juga menemukan bahwa kontrol diri yang lemah menyebabkan

mahasiswa cenderung menggunakan Shopee *PayLater* untuk kebutuhan non-prioritas.

H3: Teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*

Handayani dan Maulida (2020) menemukan bahwa mahasiswa cenderung menyesuaikan pola konsumsi mereka dengan kelompok pertemanan, termasuk dalam keputusan pembelian dan penggunaan layanan keuangan digital. Anggraini dan Nugroho (2021) juga menunjukkan bahwa tekanan sosial dari teman sebaya mendorong mahasiswa untuk menggunakan layanan *PayLater* demi mengikuti tren konsumsi yang ada di lingkungan sosial mereka. Ratmono, D. (2020) mengatakan bahwa *Peer influence* berdampak positif terhadap perilaku pembelian online, hasil 70% responden dipengaruhi oleh rekomendasi teman. Ghozali, I. (2020) juga menemukan bahwa konformitas dan media sosial mempengaruhi perilaku konsumen, dengan 80% responden dipengaruhi oleh rekomendasi teman dan media sosial.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang berjumlah 915 orang. Sampel penelitian ditentukan dengan rumus Slovin dan diperoleh 278 responden yang dipilih dengan purposive sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5. yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel. Variabel independen terdiri dari sikap finansial, kontrol diri dan teman sebaya, Sedangkan variabel dependen adalah perilaku penggunaan. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda melalui SPSS versi 25, disertai uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Hasil Uji Deskriptif					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sikap finansial	278	7,00	25,00	16,6259	5,18227
Kontrol diri	278	6,00	25,00	16,6223	4,98856
Teman sebaya	278	8,00	24,00	17,3489	4,60934
Perilaku penggunaan	278	5,00	25,00	17,0791	4,94455
Valid N (listwise)	278				

Sumber: Olah data primer, SPSS ver 25

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 278 responden, diperoleh ringkasan sebagai berikut: variabel perilaku penggunaan (Y) memiliki nilai rata-rata 17,07 dengan standar deviasi 4,94 dan termasuk kategori “tinggi”. Variabel sikap finansial (X1) memiliki rata-rata 16,62 dengan standar deviasi 5,18 dan termasuk kategori “sedang”. Variabel kontrol diri (X3) memiliki nilai rata-rata 16,62 dengan standar deviasi 4,98 dan

termasuk kategori “sedang”. Terakhir variabel teman sebaya(X3) memiliki nilai rata-rata 17,34 dengan standar deviasi 4,60 dan termasuk kategori “tinggi”.

2. Hasil Uji Validitas

Tabel 2 hasil uji validitas

Variabel	Indikator	Factor loading	Keterangan
Perilaku penggunaan	Y1	0,882	Valid
	Y2	0,817	Valid
	Y3	0,859	Valid
	Y4	0,917	Valid
	Y5	0,912	Valid
Sikap finansial	X1.1	0,846	Valid
	X1.2	0,764	Valid
	X1.3	0,753	Valid
	X1.4	0,666	Valid
	X1.5	0,764	Valid
Kontrol diri	X2.1	0,767	Valid
	X2.2	0,767	Valid
	X2.3	0,701	Valid
	X2.4	0,776	Valid
	X2.5	0,790	Valid
Teman sebaya	X3.1	0,688	Valid
	X3.2	0,745	Valid
	X3.3	0,768	Valid
	X3.4	0,765	Valid
	X3.5	0,749	Valid

Sumber: Olah data primer, SPSS ver 25

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel dengan SPSS, diperoleh nilai KMO untuk ke lima variabel melebihi batas 0,50. hal ini menunjukkan bahwa data layak untuk analisis faktor. Selain itu, setiap butir pertanyaan dari ke lima variabel memiliki nilai factor loading diatas 0,66, sehingga dinyatakan valid dalam mengukur variabel tersebut.

3. Uji Reabilitas

Tabel 3 Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah item	Cronbach'Alpha	Keterangan
Sikap Finansial	5	0,866	Reliabel
Kontrol Diri	5	0,863	Reliabel
Teman Sebaya	5	0,801	Reliabel
Perilaku Penggunaan	5	0,792	Reliabel

Sumber: Olah data primer, SPSS ver 25

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas batas minimum 0,70, yakni Perilaku Pengguna (0,792), Sikap Finansial (0,866),

Kontrol Diri (0,863), dan Teman Sebaya (0,801). Hasil ini menegaskan bahwa instrumen penelitian bersifat reliabel, artinya jawaban responden konsisten serta dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

4. Uji Normalitas

Tabel 4 Uji Normalitas

Keterangan	Nilai	Ketentuan	Kesimpulan
------------	-------	-----------	------------

Asymp.Sig.(2-tailed)	0,200	>5% atau 0,05	Data terdistribusi normal
----------------------	-------	---------------	---------------------------

Sumber: Olah data primer, SPSS ver 25

Uji normalitas yang dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal. Hal ini berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas data.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Sikap finansial	1,000	1,000	Tidak terjadi multikolinearitas
Kontrol diri	1,000	1,000	Tidak terjadi multikolinearitas
Teman sebaya	1,000	1,000	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Olah data primer, SPSS ver 25

Pada pengujian multikolinearitas, nilai *Tolerance* untuk seluruh variabel independen adalah 1,000 dengan nilai VIF sebesar 1,000. Nilai tersebut telah memenuhi syarat (*Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10), sehingga dalam model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Batas	Keterangan
X1	0,296	>0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,257	>0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	0,117	>0,5	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Olah data primer, SPSS ver 25

pada tabel 6 uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menunjukkan nilai signifikan pada masing-masing variabel, yaitu Sikap Finansial (0,296), Kontrol Diri (0,257), dan Teman Sebaya (0,117). Seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas.

6. Uji Ketepatan Model (Uji F)

Tabel 7 Hasil Uji F

Sig.	Ketentuan	Kesimpulan
0,000	<0,05	Model Diterima

Sumber: Olah data primer, SPSS ver 25

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, dapat diketahui dengan dari hasil uji simultan atau uji F diperoleh nilai signifikansi $0.001 < 0.05$. Berdasarkan hipotesis, maka dapat diartikan H_0 ditolak dan H_a diterima. sikap finansial, kontrol diri dan teman sebaya berpengaruh secara simultan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan bahwa sikap finansial, kontrol diri dan teman sebaya minimal masing-masing memiliki nilai *sig.* sebesar 0,000, yang berarti sikap finansial, kontrol diri dan teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku penggunaan.

7. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

R	R Square	Adjust R Square
,999	,998	,998

Sumber: Olah data primer, SPSS ver 25

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,998 atau 99,8%. Hal ini berarti bahwa sikap finansial, kontrol diri, dan teman sebaya mampu menjelaskan variasi perilaku pengguna Shopee *PayLater* sebesar 99,8%, sedangkan sisanya sebesar 0,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

8. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 9 Uji T

Variabel	Unstandardized Coefficients			
	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	17,674	0,078	226,381	0,000
Sikap Finansial	-1,334	0,019	-71,720	0,000
Kontrol Diri	1,176	0,022	54,251	0,000
Teman Sebaya	0,118	0,003	45,419	0,000

Sumber: Olah data primer, SPSS ver 25

Berdasarkan hasil data yang diolah dengan IBM SPSS versi 25, diperoleh model pemasaran regresi sebagai berikut:

$$Y = 17,674 - 1,334 X_1 + 1,176X_2 + 0,118 X_3$$

Sikap finansial (X_1) berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku

penggunaan Shopee *Paylater*. Semakin buruk sikap finansial mahasiswa, semakin tinggi perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Kontrol diri (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan. Semakin tinggi kontrol diri, semakin tinggi pula perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Teman sebaya (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan. Semakin kuat pengaruh teman sebaya, semakin besar perilaku penggunaan Shopee *PayLater*.

9. Pembahasan

a. Pengaruh sikap finansial terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap finansial negatif signifikan terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*, Artinya, semakin baik sikap finansial mahasiswa, maka semakin rendah tingkat kecenderungan mereka menggunakan Shopee *PayLater*. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memiliki kesadaran keuangan lebih tinggi cenderung menghindari penggunaan fasilitas kredit konsumtif. Hasil ini konsisten dengan penelitian Parrotta dan Johnson (1998) yang menemukan bahwa sikap finansial yang positif berkorelasi dengan perilaku pengelolaan keuangan yang sehat dan kepuasan finansial. Demikian pula, penelitian Octaviana et al. (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki sikap finansial lebih baik akan lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi berbasis pinjaman online. Selain itu, Radianto et al. (2025) juga menemukan bahwa sikap finansial yang baik mampu menekan perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga penggunaan layanan *pay later* dapat diminimalisir.

b. Pengaruh Kontrol diri terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri positif signifikan terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*, Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri rendah memiliki kecenderungan lebih besar untuk menggunakan Shopee *PayLater* dibandingkan mahasiswa dengan kontrol diri tinggi. Temuan ini mempertegas pentingnya aspek psikologis internal dalam pengambilan keputusan finansial. Hasil ini mendukung penelitian Tangney et al. (2004) yang menyatakan bahwa individu dengan kontrol diri rendah cenderung bertindak impulsif dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan keuangan. Lebih lanjut, Gerritsen et al. (2021) menemukan bahwa rendahnya kontrol diri berkorelasi dengan perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dalam penggunaan layanan keuangan digital. Hal serupa juga dikemukakan oleh Octaviana et al. (2024) yang menyatakan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri lemah lebih rentan memanfaatkan pinjaman online tanpa pertimbangan yang matang.

c. Pengaruh Teman sebaya terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teman sebaya positif signifikan terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Artinya, semakin kuat pengaruh dari lingkungan pertemanan, semakin besar mahasiswa menggunakan fasilitas *PayLater*. Temuan ini sejalan dengan teori perkembangan sosial yang dikemukakan oleh Santrock (2012), bahwa masa remaja dan awal dewasa ditandai dengan kuatnya pengaruh teman sebaya terhadap perilaku individu. Penelitian empiris oleh Adhitya et al. (2024) juga menunjukkan bahwa tekanan sosial dari teman sebaya dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian konsumtif, termasuk penggunaan fasilitas pinjaman digital. Penelitian Nugroho dan Setiawan (2023) lebih lanjut menegaskan bahwa mahasiswa yang berinteraksi dalam kelompok pertemanan dengan gaya hidup konsumtif memiliki kecenderungan lebih besar menggunakan layanan kredit online.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa sikap finansial, kontrol diri, dan teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Sikap finansial terbukti berpengaruh negatif, yang berarti semakin baik sikap finansial mahasiswa maka semakin rendah kecenderungan mereka menggunakan layanan Shopee *PayLater* secara berlebihan. Sebaliknya, kontrol diri positif, mengindikasikan bahwa pengaruh semakin tinggi kontrol diri mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan mereka menggunakan Shopee *PayLater*, meskipun dalam konteks yang lebih rasional dan terencana. Teman sebaya juga berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan, menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh lingkungan sosial, semakin besar pula kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan layanan ini. Secara keseluruhan, variabel sikap finansial, kontrol diri, dan teman sebaya mampu menjelaskan perilaku penggunaan Shopee sebesar 99,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

SARAN

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menambahkan variabel lain seperti faktor promosi, literasi keuangan, atau gaya hidup, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai alasan mahasiswa memilih menggunakan layanan *paylater*. Dengan demikian, penelitian di bidang ini tidak hanya bermanfaat secara akademis, tetapi juga dapat membantu generasi muda mengelola keuangan mereka dengan lebih sehat di tengah maraknya layanan *fintech*. Disarankan untuk penelitian yang akan datang untuk memperluas objek penelitian tidak hanya kepada mahasiswa tetapi juga kepada dosen dan fakultas lainnya. Dan disarankan untuk menggunakan metode pengumpulan data lainnya seperti wawancara mendalam, observasi, dan triangulasi data, agar hasil yang akan diperoleh lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anisa, N., & Sitohang, M. S. (2021). Perilaku konsumtif generasi milenial dalam perspektif ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 85–96.
- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership and men* (pp. 177–190). Pittsburgh, PA: Carnegie Press.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676. <https://doi.org/10.1086/338209>
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2007). Self-regulation, ego depletion, and motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 115–128. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2007.00001.x>
- Gunawan, D., & Kenang, R. (2023). Peer pressure and consumer behavior in fintech adoption among students. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 45–56.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: Emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92–101. <https://doi.org/10.1177/002224298204600314>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- LaRose, R., & Eastin, M. S. (2004). A social cognitive theory of Internet uses and gratifications: Toward a new model of media attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358–377. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4803_2
- Lee, S., & Song, H. (2013). Effects of self-control on consumer financial behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 47(3), 435–456. <https://doi.org/10.1111/joca.12021>
- Linuwih, A. (2020). Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku penggunaan layanan

- keuangan digital mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 12(2), 233–245.
- Mauludin, M., Syahputra, R., & Wahyuni, N. (2022). Perilaku konsumen dalam penggunaan layanan paylater. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 15–25.
- Octaviana, R., Putra, A., & Ramadhani, N. (2024). Financial attitudes and impulsive behavior in using paylater services. *Jurnal Psikologi Ekonomi*, 8(2), 101–112.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Statistik fintech lending dan paylater Indonesia 2024*. Jakarta: OJK.
- Pankow, D. (2003). Financial values, attitudes and goals. *Journal of Extension*, 41(4), 1–8.
- Parker, A. M., & Fischhoff, B. (2005). Decision-making competence: External validation through an individual-differences approach. *Journal of Behavioral Decision Making*, 18(1), 1–27. <https://doi.org/10.1002/bdm.481>
- Ratten, V. (2015). Digital consumer behavior and self-control in financial technology usage. *International Journal of Bank Marketing*, 33(1), 32–40. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2013-0086>
- Rahmawati, L., & Fitria, A. (2023). Pengaruh teman sebaya dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna paylater. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 14(1), 77–88.
- Richins, M. L. (1994). Valuing things: The public and private meanings of possessions. *Journal of Consumer Research*, 21(3), 504–521. <https://doi.org/10.1086/209414>
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Widi Nugrahanti, N., Utami, S., & Rahayu, P. (2024). The role of financial attitude and literacy in influencing paylater usage. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 12(1), 55–66.
- Xiao, J. J. (2008). Applying behavior theories to financial behavior. In J. J. Xiao (Ed.), *Handbook of consumer finance research* (pp. 69–81). Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75734-6_5
- Zahrufiq, M. (2022). Sikap keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna paylater. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 134–145.