

**PENGARUH *MATERIALISM* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING*
DENGAN *BUY NOW PAY LATER* DAN *IMPULSE BUYING* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Manajemen Universitas Negeri Padang*



**Oleh:
NAURAH NAZIFAH
NIM: 19059094**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

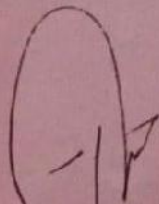
PENGARUH *MATERIALISM* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* DENGAN
BUY NOW PAY LATER DAN *IMPULSE BUYING* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA MAHASISWA DI KOTA PADANG

NAMA : Naurah Nazifah
NIM/TM : 19059094/2019
JURUSAN : Manajemen (S1)
KEAHLIAN : Pemasaran
FAKULTAS : Ekonomi

Padang, Januari 2023

Disetujui Oleh:

Ketua Jurusan Manajemen

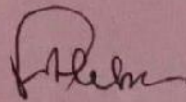


Peremki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D.

NIP. 198104042005011002

Mengetahui,

Pembimbing,



Gesit Thabrani, S.E., M.T.

NIP. 197606062002121005

HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang

**PENGARUH MATERIALISM TERHADAP *COMPULSIVE BUYING*
DENGAN *BUY NOW PAY LATER* DAN *IMPULSE BUYING* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA DI KOTA PADANG**

NAMA : Naurah Nazifah
BP/NIM : 2019/19059094
JURUSAN : Manajemen (S1)
KEAHLIAN : Pemasaran
FAKULTAS : Ekonomi

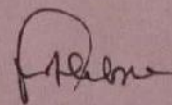
Padang, Januari 2023

Tim Penguji

Tanda Tangan

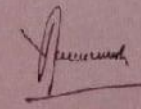
1. Gesit Thabrani, SE, MT

(Ketua)



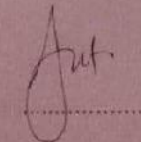
2. Prof. Dr. Yulia Wardi, Drs, M.Si.

(Penguji)



3. Yunita Engriani, S.E.,M.M.

(Penguji)



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Naurah Nazifah

NIM/ TM : 19059094/2019

Tempat / Tanggal Lahir : Padang, 23 September 2000

Jurusan : Manajemen (S1)

Kecahlian : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi

Alamat : Jl. Sutan Syahrir No 31

No. Hp/Telephone : 082283919660

: Pengaruh *Materialism Terhadap Compulsive Buying*
Dengan *Buy Now Pay Later Dan Impulse Buying* Sebagai
Mediasi.

Judul Skripsi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas di cantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan Ketua Jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, Januari 2023
Penulis.



Naurah Nazifah
NIM. 19059094

ABSTRAK

**Naurah Nazifah
(2019/19059094)** : Pengaruh *Materialism* Terhadap *Compulsive Buying* Dengan *Buy Now Pay Later* Dan *Impulse Buying* Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Di Kota Padang

Dosen Pembimbing : **Gesit Thabrani, SE, M.T.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* dengan *buy now pay later* dan *impulse buying* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa di Kota Padang. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 294 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara *online* dan pengolahan data dilakukan melalui perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Materialism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*. (2) *Materialism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. (3) *Materialism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying*. (4) *Paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. (5) *Paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying*. (6) *Impulse buying* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying*. (7) *Materialism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying* dengan penggunaan *paylater* sebagai mediasi. (8) *Materialism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* dengan penggunaan *paylater* sebagai mediasi. (9) *Materialism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying* dengan *impulse buying* sebagai mediasi. (10) *Paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying* dengan *impulse buying* sebagai mediasi.

Kata kunci: *materialism*, *paylater*, *impulse buying*, *compulsive buying*

ABSTRACT

**Naurah Nazifah
(2019/19059094)** : *The Influence of Materialism on Compulsive Buying with Buy Now Pay Later and Impulse Buying as a Mediating Variable in Students in Padang City*

Supervisor : **Gesit Thabrani, SE, M.T.**

This study aims to analyze the effect of materialism on compulsive buying with buy now pay later and impulsive buying as a mediation variable in college students in Padang City. The number of samples in this study were 294 respondents. Data was collected by distributing questionnaires online and data processing was carried out using the SmartPLS software. The results of this study indicate that (1) Materialism has a positive and significant effect on the use of paylater. (2) Materialism has a positive and significant effect on impulsive buying. (3) Materialism has a positive and significant effect on compulsive buying. (4) Paylater has a positive and significant effect on impulsive purchases. (5) Paylater has a positive and significant effect on compulsive buying. (6) Impulse buying has a positive and significant effect on compulsive buying. (7) Materialism has a positive and significant effect on compulsive buying with the use of paylater as mediation. (8) Materialism has a positive and significant effect on impulsive buying with the use of paylater as mediation. (9) Materialism has a positive and significant effect on compulsive buying with impulsive buying as mediation. (10) Paylater has a positive and significant effect on compulsive buying with impulsive buying as mediation.

Keywords: materialism, paylater, impulse buying, compulsive buying

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh *Materialism Terhadap Compulsive Buying Dengan Buy Now Pay Later Dan Impulse Buying Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Di Kota Padang***”. Skripsi ini sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, Alhamdulillah atas bimbingan, dorongan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Gesit Thabrani, S.E., M.T. selaku pembimbing yang telah memimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si. selaku penelaah 1 skripsi penulis.
3. Ibu Yunita Engriani, S.E., M.M. selaku penelaah 2 skripsi penulis.
4. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

6. Bapak Dr. Ramel Yanuarta RE, M.SM selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan dukungan dan bimbingan.
7. Bapak dan Ibu staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi S1 Manajemen serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini.
8. Teristimewa penulis mengucapkan terimakasih kepada orang tua Papa, Mama, Atuk, dan Adek yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moril dan material serta kasih sayang yang tak terhingga sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Manajemen Angkatan 2019 yang selalu memberikan semangat dan kenangan selama masa perkuliahan.

Semoga bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal yang baik dan mendapatkan imbalan dari Allah SWT, Aamiin. Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan dari isi skripsi ini di masa yang akan datang.

Padang, Oktober 2022

Naurah Nazifah

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSI	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
SURAT PERNYATAAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Perumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II	
KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Teori	10
1. <i>Compulsive Buying</i>	10
2. <i>BNPL (Paylater)</i>	15
3. <i>Impulse Buying</i>	17
4. <i>Materialism</i>	20
B. Hubungan Antar Variabel.....	22
1. Pengaruh <i>materialism</i> terhadap penggunaan <i>paylater</i>	22
2. Pengaruh <i>materialism</i> terhadap <i>impulse buying</i>	23
3. Pengaruh <i>materialism</i> terhadap <i>compulsive buying</i>	23

4. Pengaruh penggunaan <i>paylater</i> terhadap <i>impulse buying</i>	23
5. Pengaruh penggunaan <i>paylater</i> terhadap <i>compulsive buying</i>	24
6. Pengaruh <i>impulse buying</i> terhadap <i>compulsive buying</i>	24
7. Pengaruh <i>materialism</i> terhadap <i>compulsive buying</i> dengan penggunaan <i>paylater</i> sebagai mediasi.....	25
9. Pengaruh <i>materialism</i> terhadap <i>compulsive buying</i> dengan <i>impulse buying</i> sebagai mediasi.....	25
10. Pengaruh penggunaan <i>paylater</i> terhadap <i>compulsive buying</i> dengan <i>impulse buying</i> sebagai mediasi.....	26
C. Penelitian Terdahulu	27
D. Kerangka Konseptual.....	30
E. Hipotesis	30
BAB III	
METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel.....	33
D. Data Penelitian	34
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
F. Instrumen Penelitian	41
G. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	41
H. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
B. Hasil Penelitian	54
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	54
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
C. Analisis Data.....	65
1. Analisis Model Pengukuran	65
2. Uji Reliabilitas.....	70

3. Pengujian Model Struktural	70
D. Uji Hipotesis	73
E. Pembahasan.....	79
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Layanan Paylater Paling Sering Digunakan di Indonesia.....	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. Definisi Operasional	40
Tabel 4. Skala <i>Likert</i>	41
Tabel 5. Hasil Uji Validitas <i>Materialism</i> (X)	42
Tabel 6. Hasil Uji Validitas <i>Paylater</i> (M1).....	43
Tabel 7. Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> (M2)	43
Tabel 8. Hasil Uji Validitas <i>Compulsive Buying</i> (Y).....	43
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 10. Kriteria Interpretasi Skor	48
Tabel 11. Kriteria Penilaian PLS	49
Tabel 12. Evaluasi Model Pengukuran Refleksif.....	49
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	55
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan.....	56
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan	56
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi	58
Tabel 19. Frekuensi Jenis Paylater Yang Digunakan Oleh Responden.....	58
Tabel 20. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Materialism</i> (X1)	60
Tabel 21. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Paylater</i> (M1)	61
Tabel 22. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Impulse Buying</i> (M2)	63
Tabel 23. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Compulsive Buying</i> (Y).....	64
Tabel 24. <i>Output Outer Loading</i> Awal	66
Tabel 25. <i>Output Outer Loading</i> Akhir.....	67
Tabel 26. Output Average Variance Extracted	68
Tabel 27. <i>Cross Loading Value</i>	69
Tabel 28. <i>Crobanch Alpha</i>	70
Tabel 29. Nilai <i>R Square</i>	71
Tabel 30. Nilai <i>Q Square</i>	72
Tabel 31. Nilai <i>Goodnes of Fit</i>	73
Tabel 32. <i>Path Coefficient</i>	74
Tabel 33. <i>Indirect Effect</i>	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual	30
Gambar 2. Model Akhir Output PLS	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transaksi non tunai seperti kredit adalah suatu karunia bagi masyarakat konsumtif dan materialistis (Pradhan et al., 2018). Sistem pembayaran yang terus berkembang menjadi salah satu faktor pendukung perkembangan *e-commerce*. Sistem pembayaran merupakan salah satu faktor yang menunjang stabilitas sistem keuangan yang terus berkembang, sama seperti dengan perkembangan sistem pembayaran yang semula hanya uang tunai hingga saat ini sudah tersedia sistem digital (Sari, 2021).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak yang sangat signifikan dalam berbagai kehidupan termasuk kehidupan di era digital, tidak terkecuali pada bidang keuangan atau finansial. Penerapan teknologi informasi di bidang keuangan yang umumnya disebut *financial technology* (*fintech*). *Fintech* merupakan integrasi antara *financial* dan *technology* yang pada dasarnya merupakan perusahaan yang menyediakan produk berupa layanan keuangan dengan bantuan teknologi. *Fintech* selalu memberikan inovasi sistem pembayaran digital salah satunya yaitu *Buy Now, Pay Later* (BNPL) yang merupakan metode pembayaran dengan cicilan tanpa kartu kredit (Aulianisa, 2020).

Saat ini metode pembayaran BNPL atau lebih dikenal dengan *paylater* sangat diminati oleh konsumen *e-commerce* Indonesia. *Paylater* memiliki fungsi yang sama dengan kartu kredit, kelebihan yang ditawarkan dari teknologi ini adalah cara mendaftar yang mudah jika dibandingkan dengan kartu kredit. Seperti kartu kredit, *paylater* ini dapat mempermudah konsumen untuk memenuhi segala kebutuhannya. *Fintech* bekerjasama dengan *e-commerce* dalam menyediakan layanan *paylater* (Sari, 2021). *E-commerce* pertama yang menyediakan *paylater* pertama yaitu Traveloka bekerjasama dengan perusahaan *fintech* PT. Dana Pasar Pinjaman.

Hasil riset yang dilakukan DailySocial.id terhadap 3.500 responden di seluruh Indonesia pada Maret 2022 menunjukkan 38% konsumen menggunakan *paylater* dalam setahun terakhir. Jumlah ini naik dari tahun sebelumnya yaitu hanya di angka 28%. Kemudahan yang diberikan *paylater* adalah proses persetujuan yang cepat menjadi fitur yang paling memuaskan dari adanya *paylater* ini.

Menurut laporan terbaru Kredivo yang berjudul “Perilaku Konsumen *E-commerce* Indonesia” per Juni 2022, pembayaran digital yang paling sering digunakan yaitu *e-wallet* sebanyak 53%, transfer bank sebanyak 20% dan menggunakan *paylater* sebanyak 17%. Laporan ini juga mencatat pengguna *paylater* di *platform e-commerce* meningkat menjadi 38%. Survey ini dilakukan pada Maret 2022 pada 3.500 responden di seluruh Indonesia.

Adapun *e-commerce* yang menyediakan metode pembayaran *paylater* yaitu Shopee, Tokopedia, Gojek, Traveloka, dan juga beberapa *platform-commerce*

seperti Kredivo, Akulaku, Home Credit dan lainnya. Berikut ini layanan *paylater* yang paling sering digunakan di Indonesia pada tahun 2021 pada Tabel 1:

Tabel 1. Layanan Paylater Paling Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2021

Nama	Nilai (%)
Shopee Paylater	78,4
Gopay Later	33,8
Kredivo	23,2
Akulaku	20,4
Traveloka Paylater	8,6
Indodana	3,3
Home Credit	2,8
Lainnya	0,4

Sumber: katadata.co.id

Berdasarkan Tabel 1 diatas yang merupakan hasil survey *Katadata.co.id*, *Shopee Paylater* merupakan layanan yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu mencapai 78,4%. Kemudian *Gopay Later* berada di urutan kedua sebagai fitur *paylater* yang paling banyak diminati oleh konsumen yaitu sebanyak 33,8%. Berikutnya sebanyak 23,2% responden menggunakan fitur *paylater* di Kredivo. Selanjutnya ada 20,4% responden yang menggunakan fitur *paylater* Akulaku, 8,6% konsumen yang menggunakan *Traveloka Paylater*. Lalu sebanyak masing-masing 3,3% dan 2,8% konsumen menggunakan fitur *paylater* di Indodana dan Home Credit. Sisanya 0,4% konsumen yang menggunakan fitur *Paylater* di layanan yang lainnya.

Dengan semakin banyaknya diminati layanan *paylater* ini dapat membuat konsumen sering tidak dapat mengabaikan keinginan untuk belanja produk yang menurutnya menarik. Di satu sisi pendaftaran dan penggunaan *paylater* sangatlah

mudah membuat banyaknya masyarakat yang menggunakan *paylater* untuk berbelanja sebagai pemenuh hasrat materialistis.

Menurut Phau & Woo, (2008) kredit dinilai sebagai perpanjangan uang dimana pembayaran dapat ditangguhkan. Individu yang berhutang menggunakan *paylater* membuat diri mereka merasa lebih baik dan kurang mengontrol situasi keuangan mereka. Penggunaan *paylater* secara terus menerus dapat memicu konsumsi lebih lanjut, dengan demikian penggunaan *paylater* dapat meningkatkan *compulsive buying*. *Compulsive buying* adalah pembelian yang motivasinya tidak lagi mampu untuk dikendalikan individu dan bertujuan untuk melepaskan diri dari kecemasan.

Menurut penelitian Rahmat & Suryanto, (2020), dua dari tiga orang mahasiswa melalui fase-fase perilaku *compulsive buying* yakni *anticipation*, *preparation*, *shopping* dan *spending*. Sedangkan menurut hasil survei yang dilakukan Zigi bersama Katadata Insight Center (KIC) secara *online* diketahui 56,6% dari 1.692 responden yang berusia 15-23 tahun memanfaatkan fitur *paylater* untuk berbelanja seperti kebutuhan *gadget*, *elektronik*, dan *fashion*. Hal ini membuat kekhawatiran kepada mahasiswa yang berbelanja menggunakan fitur *paylater* dan menjerumuskan kepada sifat *compulsive buying*.

Seorang yang memiliki sifat *compulsive buying* sering kali tidak bisa mengontrol kebiasaan pembelian mereka. Salah satu faktor penyebab *compulsive buying* yaitu *materialism*. Individu yang mempunyai sifat *materialism* memiliki banyak kekhawatiran dan kecenderungan lebih besar terhadap *compulsive buying*. Seseorang yang memiliki sifat materialistis menganggap bahwa kepemilikan adalah

kunci menuju kebahagiaan dan kesuksesan dapat dinilai dari kepemilikan materi seseorang (Rodriguez-Sickert, 2009). Budaya konsumen saat ini yang menganut *materialism* merupakan salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap perilaku *compulsive buying*. Dengan demikian *materialism* dilengkapi dengan penggunaan *paylater* cenderung menunjukkan *compulsive buying* (Pradhan et al., 2018).

Apabila seseorang materialistis sangat ingin memiliki suatu materi maka adanya kemungkinan untuk membeli sesuatu tanpa disadari. Hal ini akan membawa individu kepada *impulse buying* yang mana ini merupakan pembelian secara mendadak tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu. *Paylater* dapat memberikan kepuasan atas keinginan seseorang untuk memiliki lebih banyak barang tanpa adanya uang tunai. Dengan menggunakan layanan *paylater* dapat melemahkan kontrol impuls sehingga mengarah pada *impulse buying*.

Impulse buying ini didefinisikan sebagai pembelian yang tidak disengaja, segera dan reflektif. Bisa dikatakan *impulse buying* ini adalah pembelian yang tidak terencana, akan tetapi tidak semua pembelian yang dilakukan secara tidak terencana itu *impulse buying*. Hal ini dapat menguntungkan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dari sifat individu yang *impulse buying* dan *compulsive buying*. Pada penelitian ini peneliti akan menguji apakah *buy now pay later* dapat meningkatkan sifat *compulsive buying*.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi, maka diperlukan penelitian lebih lanjut, sehingga menghasilkan judul "**Pengaruh *Materialism***

terhadap *Compulsive Buying* dengan *Buy Now Pay Later* dan *Impulse Buying* Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa di Kota Padang.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang muncul dalam penelitian ini yaitu:

1. Berkembangnya jenis metode pembayaran yang ada di Indonesia.
2. Fitur *paylater* menjadi salah satu penyebab mahasiswa menjadi *compulsive*.
3. Individu yang memiliki perilaku *impulse buying* jika dibiarkan akan mengarah kepada *compulsive buying*.
4. Fitur *paylater* dapat menunjang gaya hidup individu yang *materialism*.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi terukur dan terarah, maka diperlukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah mencari pengaruh *materialis* terhadap *compulsive buying* dengan variabel mediasi *buy now paylater* dan *impulse buying* pada mahasiswa di Kota Padang. Dengan menggunakan variabel X yaitu *materialism* serta variabel Y yaitu *compulsive buying* dan variabel mediasi yaitu *buy now pay later* dan *impulse buying*.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh *materialism* terhadap penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Kota Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh *materialism* terhadap *impulse buying* pada mahasiswa di Kota Padang?
3. Bagaimanakah pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa di Kota Padang?
4. Bagaimanakah pengaruh penggunaan *paylater* terhadap *impulse buying* pada mahasiswa di Kota Padang?
5. Bagaimanakah pengaruh penggunaan *paylater* terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa di Kota Padang?
6. Bagaimanakah pengaruh *impulse buying* terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa di Kota Padang?
7. Bagaimanakah pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* dengan mediasi penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Kota Padang?
8. Bagaimanakah pengaruh *materialism* terhadap *impulse buying* dengan mediasi penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Kota Padang?
9. Bagaimanakah pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* dengan mediasi *impulse buying* pada mahasiswa di Kota Padang?

10. Bagaimanakah pengaruh penggunaan *paylater* terhadap *compulsive buying* dengan mediasi *impulse buying* pada mahasiswa di Kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *materialism* terhadap penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *materialism* terhadap *impulse buying* pada mahasiswa di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa di Kota Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *paylater* terhadap *impulse buying* pada mahasiswa di Kota Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *paylater* terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa di Kota Padang.
6. Untuk mengetahui apakah *impulse buying* dapat mengarah ke *compulsive buying* pada mahasiswa di Kota Padang.
7. Untuk mengetahui pengaruh *materialism* terhadap *impulse buying* dengan mediasi penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Kota Padang.
8. Untuk mengetahui pengaruh *materialism* terhadap *impulse buying* dengan mediasi penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Kota Padang.
9. Untuk mengetahui pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* dengan mediasi *impulse buying* pada mahasiswa di Kota Padang.

10. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *paylater* terhadap *compulsive buying* dengan mediasi *impulse buying* pada mahasiswa di Kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperbanyak wawasan dan referensi mengenai pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* dengan *buy now pay later* dan *impulse buying* sebagai variabel mediasi. Selain itu juga diharapkan bermanfaat bagi aplikasi yang mempunyai layanan *paylater* di Indonesia untuk dapat mempertimbangkan dari pengaruh-pengaruh yang bisa saja terjadi akibat *paylater*.

2. Kontribusi Penelitian

- a. Bagi penulis

Diharapkan menjadi tambahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya mengenai pengaruh *materialism* dan *paylater* terhadap *compulsive buying* dan *impulse buying*.

- b. Bagi pembaca

Diharapkan dapat memberikan referensi dan tambahan informasi untuk peneliti selanjutnya dan juga dapat memberi masukan bagi pembaca agar dapat menghindari sifat *materialism*, *compulsive buying* dan *impulse buying*.