

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN *SHOPPING LIFESTYLE*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI KOTA PADANG
DENGAN PENGGUNAAN SHOPEE *PAYLATER* SEBAGAI MEDIASI**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Departemen Manajemen Universitas Negeri Padang*



Oleh:

Ghani Alghifari

2021/21059018

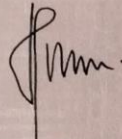
**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul : Pengaruh Literasi Keuangan dan Shopping Lifestyle
terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Padang
dengan Penggunaan Shopee PayLater sebagai Mediasi
Nama : Ghani Alghifari
Nim : 21059018
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

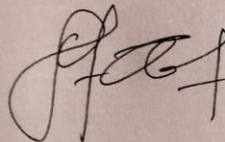
Padang, 29 Juli 2025

Disetujui oleh :
Pembimbing



Firman, S.E., M.Sc
NIP. 198002062003121004

Diketahui oleh :
Kepala Departemen Manajemen



Dr. Syahrizal, S.E., M.Si
NIP. 197209021998021001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ghani Alghifari
TM / NIM : 21059018
Tempat / Tanggal Lahir : Payakumbuh / 17 September 2002
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Kapalo Bukik Kec. Lareh Sago Halaban,
Kabupaten Lima Puluh Kota
No. Telp / HP : 081363477554
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan dan Shopping
Lifestyle terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z
di Kota Padang dengan Penggunaan Shopee
PayLater sebagai Mediasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah dengan menyebutkan pengarang dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh pembimbing, penguji, dan Ketua Prodi.

Padang, 29 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Ghani Alghifari

21059018

ABSTRAK

**Ghani Alghifari
(2021/21059018)**

: Pengaruh literasi keuangan dan shopping lifestyle terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Padang dengan penggunaan Shopee PayLater sebagai mediasi.

Dosen Pembimbing

: Firman, S.E., M.Sc.

Seiring dengan meningkatnya tren konsumsi digital, penelitian ini mengkaji bagaimana literasi keuangan dan gaya hidup berbelanja berkontribusi terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Padang, dengan penggunaan Shopee PayLater sebagai variabel mediasi. Penelitian ini melibatkan 150 responden yang merupakan Generasi Z berdomisili di Kota Padang dan pengguna aktif Shopee PayLater, yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM- PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif serta terhadap penggunaan Shopee PayLater. Penggunaan Shopee PayLater juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, shopping lifestyle memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif maupun terhadap penggunaan Shopee PayLater. Namun, Shopee PayLater tidak memediasi secara signifikan hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Sebaliknya, Shopee PayLater terbukti memediasi secara signifikan hubungan antara shopping lifestyle dan perilaku konsumtif. Penelitian ini merekomendasikan agar studi selanjutnya memperluas jumlah sampel, mempertimbangkan variabel tambahan, serta menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumtif Generasi Z

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Shopping Lifestyle; Shopee PayLater; Perilaku Konsumtif; Gen- erasi Z

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kami ucapkan kepada Allah SWT, karena dengan Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: Pengaruh literasi keuangan dan shopping lifestyle terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Padang dengan penggunaan Shopee PayLater sebagai mediasi. Dan shalawat beserta salam tidak lupa penulis ucapkan kepada baginda Rasulullah SAW sebagai figure yang senantiasa memberikan inspirasi tentang berbagai hal dalam menyikapi kehidupan menuju Ridha Allah SWT. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Firman, S.E., M.Sc. selaku pembimbing yang telah memberikan perhatian, ilmu, pengarahan, dan waktu kepada penulis terhadap penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Susi Evanita, MS. Dosen penguji yang telah memberikan masukan yang bermanfaat bagi penulis dalam skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.
3. Bapak Dr. Syahrizal, S.E, M.Si selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Supan Weri Mandar, A.Md selaku Staf Tata Usaha Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang telah membantu dalam kelancaran proses administrasi dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis melaksanakan perkuliahan, serta karyawan dan karyawan staf yang telah membantu dibidang administrasi.

6. Teristimewa Ibu Rini Marliza tersayang & Ayah Syafrizal terkasih; orang tua yang selalu mengusahakan dan menomorsatukan untuk anak-anaknya, serta keberkahan do'a-do'anya, serta pengorbanan yang tak terhitung. Tanpa restu dan cinta kalian, langkah ini tak akan pernah sejauh ini dan gelar ini dipersembahkan untuk kebanggaan ibu ayah tercinta.
7. Ghazi Alghazai & Ghefira Zahira; adik-adiku tersayang, terimakasih atas canda, tawa dan semangat yang kalian berikan, kalian adalah pengingat bahwa dalam kesibukan, selalau ada keluarga yang menjadi tempat pulang paling hangat.
8. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Maimurni sebagai pasangan tercinta yang selalu menjadi tempat berbagi dalam suka maupun duka dan setia menemani setiap proses. Terimakasih atas kesabaran, dukungan , dan semangat yang tak pernah putus, serta keyakinan bahwa penulis mampu menyelesaikan skripsi serta meraih impian. Kehadiranmu sangat berarti dalam perjalanan ini.
9. Sahabat-sahabat terbaikku Rohim, Parmin, Hamad, terimakasih atas kebersamaan, candaan yang menghibur. Kepada Rohim terimakasih telah membantu penulis semasa kuliah, yang selalu memberikan support kepada penulis. Kalian membuat masa-masa sulit terasa menjadi ringan dan masa-masa Bahagia menjadi lebih bermakna dan yang semua pihak yang selalu menjadi tempat bertukar pikiran dan pengalaman, serta memberi semangat kepada penulis.
10. Teman- teman seangkatan Manajemen 2021 yang telah menjadi teman seperjuangan, berbagai suka dan duka, serta saling mendukung dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga segala bantuan, petunjuk, dan kolaborasi yang telah diberikan tidak sia-sia di masa mendatang, dan semoga Allah SWT memberikan balasan yang melimpah. Saya menyadari keterbatasan pengetahuan yang saya miliki, dan dengan rendah hati meminta maaf atas kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas skripsi ini. Harapannya, skripsi ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi para pembaca.

Padang, Juni 2025

Ghani Alghifari

NIM. 21059018

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Teori	10
1. Perilaku Konsumtif.....	10
2. Literasi Keuangan.....	14
3. <i>Shopping Lifestyle</i>	17
4. Penggunaan <i>Shopee Paylater</i>	21
B. Pengaruh Antar Variabel.....	26
C. Penelitian Terdahulu	29
D. Kerangka Konseptual	31
E. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODEODOLOGI PENELITIAN.....	33
A. Jenis Penelitian.....	33

B. Tempat dan Waktu Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel	34
1. Populasi penelitian	34
2. Sampel penelitian	34
D. Jenis Data.....	35
E. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	36
1. Variabel Penelitian.....	36
2. Defenisi Operasional Variabel	37
F. Instrumen Penelitian.....	38
G. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
H. Teknik Analisis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Hasil Penelitian	45
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
2. Gambaran Umum Responden	47
a. Deskripsi Karakteristik Responden	48
b. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian	50
B. Analisis Data	54
1. Pengukuran model (<i>Outer Model</i>)	55
2. Pengukuran Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	61
3. Uji Hipotesis	63
C. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Implikasi Penelitian.....	83

C. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Variabel, Definisi, dan Indikator.....	37
Tabel 3. 2 Skala Likert	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristi frekuensi Penggunaan Shopee Paylater	50
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan.....	51
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	52
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Shopee Paylater</i>	53
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif	54
Tabel 4. 8 Output <i>Outer Loadings</i>	56
Tabel 4. 9 Output Cross Loading Model	58
Tabel 4. 10 Output <i>Cronbach alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	61
Tabel 4. 11 Output R-square	62
Tabel 4. 12 <i>Output Path Coefficient</i>	63
Tabel 4. 13 Output Inderect Effects (Hipotesis Secara Tidak Langsung)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Kerangka Konseptual pengaruh X_1, X_2 dan Z terhadap Y</i>	31
Gambar 4. 1 Model Akhir Output PLS (Outer Loading)	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian	98
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	106
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden Variabel	133
Lampiran 4 Hasil Olahan Outer Loading	138
Lampiran 5 Hasil Uji Inner Model.....	141
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	141
Lampiran 7 Gambar Outer Loading.....	142

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemunculan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan bagi penggunaannya. Teknologi ini, sebagai bentuk media baru, memudahkan akses informasi digital untuk berbagai kebutuhan seperti berkirim pesan, membaca, berbagi, menyederhanakan pekerjaan, dan berbelanja online, yang dikenal sebagai *e-commerce*. Berkat kemajuan teknologi dan komunikasi, kehidupan manusia menjadi lebih sederhana dan efisien. Perkembangan ini tidak hanya memberikan banyak manfaat, tetapi juga secara drastis mengubah dunia perdagangan dan belanja dalam beberapa dekade terakhir, dengan *e-commerce* sebagai salah satu perubahan terpenting yang memanfaatkan kemajuan dalam sistem transaksi.

Transformasi sistem pembayaran yang cepat berkembang di Indonesia saat ini adalah teknologi finansial (*fintech*). Di antara sistem transaksi yang saat ini banyak diminati masyarakat adalah fitur *paylater*. *PayLater* merupakan layanan pembayaran berbasis kredit yang tidak memerlukan kartu kredit dan menyediakan fasilitas pembiayaan secara digital. Pengguna dapat mengajukan permohonan untuk fasilitas *PayLater* secara online. Meskipun demikian, bunga, batas penggunaan, syarat pembayaran, dan lainnya tetap sama seperti pada umumnya kartu kredit (Rosyada et al., 2024).

Banyak masyarakat yang lebih memilih *Shopee PayLater* dari pada kartu kredit karena proses pendaftarannya yang lebih mudah dan bunga pinjaman yang

rendah, mulai dari 2,95%. Selain itu, *Shopee PayLater* juga menawarkan *cashback* dan gratis ongkir kepada penggunanya. Layanan ini dapat dianggap sebagai solusi belanja lengkap, di mana semua produk *fashion* tersedia di *Shopee*. Selain berbelanja secara online, konsumen juga dapat melakukan transaksi melalui *Shopee PayLater*. Konsep *one stop shopping* ini memungkinkan konsumen untuk memenuhi berbagai kebutuhan produk di satu tempat, mirip dengan pusat perbelanjaan yang menyediakan beragam barang (Bila & Marlana, 2024).

Penggunaan *Shopee Paylater* merupakan bentuk pembiayaan jangka pendek yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian dan menunda pembayaran hingga waktu yang akan datang (Wibowo & Riskin Hidayat, 2023). Fitur *Shopee Paylater* menawarkan kemudahan bagi penggunanya untuk membeli produk. Kemudahan ini dapat mendorong pengguna *Shopee paylater* untuk melakukan pembelian secara berlebihan, yang berpotensi memicu perilaku konsumtif (Astuti & Dasman, 2024).

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah membawa perubahan besar dalam ekosistem keuangan, terutama di kalangan Generasi Z (Gen Z), yang merupakan mayoritas penduduk Indonesia dengan komposisi sekitar 27,94% berdasarkan hasil sensus (BPS, 2020). Karakteristik Gen Z yang adaptif dan berorientasi digital telah mendorong adopsi *fintech* secara signifikan, dengan 67,19% pengguna *fintech* berasal dari generasi ini. Salah satu inovasi *fintech* yang kini dikenal luas dan digunakan oleh banyak Gen Z adalah layanan

Paylater, terutama *Shopee Paylater (SPaylater)*, yang mencapai *brand awareness* tertinggi sebesar 89% (Chaniago & Suwaidi, 2024).

Kemudahan fitur berbelanja di aplikasi *Shopee* mendorong pengguna untuk melakukan pembelian berulang, terutama di kalangan masyarakat dewasa awal di Kota Padang. Penelitian oleh (Salma & Nio, 2024) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan masyarakat dewasa awal di Kota Padang terhadap layanan *Shopee Paylater* cenderung tinggi. Namun, pembelian yang dilakukan secara berulang dan berkelanjutan dapat menyebabkan konsumen membeli barang atau produk yang tidak benar-benar dibutuhkan, melainkan hanya berdasarkan ketertarikan terhadap barang yang ditampilkan.

Alasan utama Gen Z menggunakan *Paylater* mencakup tawaran bunga 0% atau biaya rendah (47,8%), promosi dan diskon (26,1%), *fleksibilitas* pembayaran (17,4%), serta alasan lainnya (8,7%) (IDN Research Institute, 2024). Fenomena ini mencerminkan preferensi Gen Z untuk memilih metode pembayaran yang mudah diakses dan memberikan manfaat langsung. Namun, penggunaan *Shopee Paylater* juga menyebabkan kecenderungan bagi Gen Z untuk membeli barang yang lebih mahal karena peningkatan limit yang ditawarkan oleh layanan tersebut. Akibatnya, Gen Z berkontribusi sekitar Rp 460 miliar dari total kredit macet sebesar Rp 2,12 triliun per Desember 2023. Situasi ini menunjukkan adanya risiko finansial yang serius bagi pengguna muda layanan *Paylater* (Idscore, 2023).

Layanan *SPayLater* dari *shopee* ini memberikan kemudahan bagi generasi Z dalam bertransaksi sehingga mereka dapat dengan mudah membeli

barang yang menjadi trend masa kini dengan penundaan pembayaran. Dengan adanya layanan ini sangat mempengaruhi pada pengguna yang mempunyai tipikal "pantang lihat promo" mereka dapat bertindak semaunya ketika berbelanja online. Hal ini disebabkan oleh perubahan tujuan berbelanja, yang pada mulanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari menjadi untuk memenuhi kesenangan *Shopping lifestyle*. Apabila *Shopping lifestyle* di lingkungan pergaulan generasi Z ini cukup pesat maka dalam hal ini kaitannya dengan lingkungan dan pergaulan, generasi Z akan melakukan segala cara demi memenuhi keinginannya. Sehingga dengan demikian akan mengakibatkan adanya hutang dan timbul perilaku konsumtif (Rosyada et al., 2024).

Kemudahan akses internet merupakan salah satu faktor yang meningkatkan popularitas platform belanja daring, yang berdampak pada cara individu memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Belanja daring, dengan segala kemudahan dan kecepatan yang ditawarkannya, sering kali memicu perilaku konsumtif yang tinggi. Individu berusaha memenuhi kebutuhan hidup mereka dengan berbagai cara, sementara sebagian berhasil melakukannya secara bijak, ada juga yang cenderung berlebihan, yang dapat mengarah pada perilaku konsumtif (Pohan et al., 2025).

(Rahmawati & Mirati, 2022) menjelaskan bahwa literasi keuangan secara signifikan berdampak negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, kurangnya pengetahuan dan pemahaman terhadap keuangan pada Generasi Z dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong perilaku konsumtif akibat ketidakmampuan dalam mengelola keuangan secara efektif. Literasi keuangan sendiri merupakan

kemampuan individu dalam memahami dan menerapkan pengetahuan, keterampilan, serta sikap yang diperlukan untuk mengelola keuangan pribadi secara efektif. Hal ini mencakup pemahaman mengenai konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, utang, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Secara logis, Generasi Z yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung bertindak lebih rasional dan mampu mengendalikan diri dalam berbelanja, sehingga dapat terhindar dari perilaku konsumtif (Fattah & Indriayu, 2018).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli berbagai barang atau jasa, bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan lebih pada keinginan. Konsumtif sering kali tidak berlandaskan pada nilai fungsional, melainkan menjadi penanda status sosial dan citra diri (Annisa & Saepuloh, 2024). Berdasarkan hasil penelitian (Sopiyan & Kusumadewi, 2020) *Shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* dengan tingkat kontribusi 13.76%. Artinya jika konsumen memiliki *Shopping lifestyle* yang tinggi maka perilaku *impulse buying*nya senantiasa meningkat. Perubahan gaya hidup sering kali menjadi pemicu perilaku konsumtif dalam masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa yang terdorong untuk mengikuti tren populer agar sesuai dengan perkembangan zaman (Rahima & Cahyadi, 2022).

Gen Z cenderung berperilaku konsumtif saat menggunakan *Shopee Paylater*, terutama dengan mengikuti tren viral di media sosial. Kecenderungan ini mendorong keinginan mereka untuk selalu *up-to-date*, karena penggunaan *Shopee Paylater* memudahkan pembelian barang seperti kosmetik dan fashion

tanpa pertimbangan mendalam. Kurangnya tanggung jawab terhadap risiko dari sistem "beli sekarang, bayar nanti" semakin memperkuat perilaku ini. Selain itu, cara pengelolaan keuangan individu juga berperan, terutama ketika mereka kesulitan mengontrol keinginan. Faktor-faktor seperti kelas sosial dan lingkungan keluarga turut memengaruhi gaya hidup seseorang, yang pada gilirannya berdampak pada kebutuhan, sikap, serta keputusan pembelian (Kholizah & Sulton, 2025).

Saat ini, banyak pengguna *Shopee PayLater* yang membeli barang hanya karena adanya potongan harga saat menggunakan layanan tersebut. Meskipun potongan harga yang ditawarkan lebih besar dibandingkan dengan pembelian tanpa penggunaan *PayLater*, cicilan yang harus dibayar pada akhir bulan bisa menjadi cukup besar. Hal ini secara tidak langsung dapat membuat pengguna terjebak dalam "hutang" (Salma & Nio, 2024).

Dalam penelitian ini, digunakan penggunaan *Shopee PayLater* sebagai variabel mediasi karena memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, faktor-faktor independent literasi keuangan dan *Shopping lifestyle*, berpotensi memberikan dampak terhadap perilaku konsumtif. Untuk memastikan adanya hubungan tidak langsung antara variabel bebas (literasi keuangan dan *Shopping lifestyle*) dengan variabel terikat (perilaku konsumtif) melalui variabel mediasi (Penggunaan *Shopee Paylater*), penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan yang ada.

Meskipun penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh literasi keuangan dan penggunaan layanan Buy Now, Pay Later terhadap perilaku

konsumtif, hasilnya masih belum menunjukkan konsistensi dalam pola konsumsi. Oleh karena itu, penelitian ini dikembangkan lebih lanjut dengan menempatkan *paylater* sebagai variabel mediasi serta mengeksplorasi pengaruh antara literasi keuangan dan *Shopping lifestyle* terhadap perilaku konsumtif, khususnya di kalangan Generasi Z di Kota Padang.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumtif yang Tinggi di Kalangan Generasi Z
2. Terdapat Risiko Finansial Akibat Penggunaan *Shopee PayLater*
3. Pengaruh *Shopping Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian
4. Kurangnya Literasi Keuangan di Kalangan Generasi Z

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini pada Pengaruh Literasi Keuangan dan *Shopping Lifestyle*, terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Padang dengan Penggunaan *Shopee Paylater* sebagai Mediasi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Padang?

2. Bagaimana pengaruh *Shopping lifestyle* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Padang?
3. Sejauh mana Penggunaan *Shopee Paylater* berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan *Shopping lifestyle* terhadap perilaku konsumtif generasi Z?
4. Apakah terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan dan *Shopping lifestyle* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Padang dengan penggunaan *Shopee paylater* sebagai mediasi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian memiliki tujuan hendak dicapai yaitu:

1. Mengambarkan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Padang.
2. Mengambarkan pengaruh *Shopping lifestyle* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Padang.
3. Mengetahui sejauh mana penggunaan layanan *Shopee paylater* berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan *Shopping lifestyle* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.
4. Menguji apakah terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan dan *Shopping lifestyle* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Padang dengan Penggunaan *Shopee Paylater* sebagai variabel mediasi.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan mamfaatan , baik secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman kita tentang perilaku konsumtif generasi Z, khususnya dalam konteks penggunaan layanan fintech seperti PayLater. Temuan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pengembangan model-model perilaku konsumtif yang lebih komprehensif, serta memberikan sumbangan bagi literatur akademik di bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Dengan tujuan agar individu dapat mengelola dan mengendalikan sifat-sifat dalam diri mereka, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis dalam meningkatkan kesadaran dan pengendalian perilaku konsumtif.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan kesadaran bagi generasi Z akan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, terutama dalam era digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi masukan berharga bagi penyedia layanan *fintech* untuk menyusun strategi bisnis yang lebih efektif dan bertanggung jawab, serta bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi yang melindungi konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan shopping lifestyle terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Padang dengan penggunaan Shopee PayLater sebagai mediasi. Dalam menganalisis hubungan antar variabel, penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Squares (PLS). Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini yaitu Terdapat pengaruh langsung signifikan dan positif antara Literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.
2. Hasil penelitian ini yaitu Terdapat pengaruh langsung signifikan dan positif antara Literasi keuangan terhadap penggunaan Shopee PayLater.
3. Hasil penelitian ini yaitu Terdapat pengaruh langsung signifikan dan positif antara Shopee PayLater dan perilaku konsumtif.
4. Hasil penelitian ini yaitu Terdapat pengaruh langsung signifikan dan positif antara Shopping lifestyle terhadap perilaku konsumtif.
5. Hasil penelitian ini yaitu Terdapat pengaruh langsung signifikan dan positif antara Shopping lifestyle terhadap penggunaan Shopee PayLater.
6. Hasil penelitian ini yaitu Tidak terdapat hubungan signifikan Shopee PayLater memediasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif

7. Hasil penelitian ini yaitu Terdapat pengaruh signifikan Shopee PayLater dalam memediasi hubungan antara shopping lifestyle dan perilaku konsumtif.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka implikasi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Peningkatan literasi keuangan bukan serta-merta menurunkan perilaku konsumtif, melainkan mendorong terbentuknya pola konsumsi yang lebih terencana dan rasional. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda, khususnya Generasi Z, tetap melakukan konsumsi dalam jumlah tinggi, namun dengan kesadaran dan pertimbangan finansial yang lebih baik. Oleh karena itu, program peningkatan literasi keuangan perlu diarahkan tidak hanya untuk menekan perilaku konsumtif, tetapi juga untuk membentuk pola konsumsi yang sehat, produktif, dan sesuai kemampuan finansial individu.
2. Pengaruh positif literasi keuangan terhadap penggunaan Shopee PayLater menunjukkan bahwa individu yang melek finansial dapat menggunakan layanan kredit digital dengan lebih bijak. Mereka memahami risiko dan manfaatnya, serta menggunakannya secara rasional sebagai alat bantu transaksi. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa layanan keuangan digital seperti Shopee PayLater tidak selalu berdampak negatif, asalkan digunakan oleh individu yang memiliki pemahaman finansial yang baik. Oleh karena itu, penyedia layanan PayLater dapat bekerja sama dengan lembaga edukasi

keuangan untuk meningkatkan pemahaman konsumen sebelum menggunakan fitur ini.

3. Ditemukannya pengaruh positif Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif memberikan gambaran bahwa fitur beli sekarang, bayar nanti memang memberikan fleksibilitas yang tinggi dalam berbelanja, namun juga mendorong peningkatan konsumsi. Implikasi dari temuan ini adalah perlunya pengawasan serta pengendalian diri dalam menggunakan layanan PayLater, baik oleh pengguna maupun penyedia platform. Penyedia layanan sebaiknya menyediakan fitur pengingat, batas penggunaan, atau edukasi secara berkala untuk membantu pengguna menghindari penggunaan berlebihan.
4. Gaya hidup berbelanja (shopping lifestyle) terbukti menjadi pendorong utama perilaku konsumtif, terutama karena aktivitas belanja telah menjadi bagian dari ekspresi diri dan hiburan di kalangan Generasi Z. Implikasi dari temuan ini adalah perlunya pendekatan edukatif yang tidak hanya fokus pada aspek finansial, tetapi juga pada aspek psikologis dan sosial dari aktivitas konsumsi. Pendidikan keuangan perlu dilengkapi dengan pendekatan yang memahami motivasi di balik kebiasaan belanja agar lebih efektif.
5. Pengaruh positif antara shopping lifestyle dan penggunaan Shopee PayLater mengindikasikan bahwa individu dengan kecenderungan belanja tinggi memanfaatkan layanan ini untuk mempermudah transaksi. Temuan ini menjadi masukan bagi penyedia layanan finansial digital untuk lebih

bertanggung jawab dalam mempromosikan produknya kepada pengguna dengan gaya hidup konsumtif, misalnya melalui fitur kontrol penggunaan atau edukasi penggunaan yang berkelanjutan.

6. Tidak adanya peran mediasi Shopee PayLater antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mengimplikasikan bahwa perilaku konsumtif lebih ditentukan oleh tingkat literasi keuangan itu sendiri, bukan oleh penggunaan PayLater. Oleh karena itu, upaya pengendalian perilaku konsumtif lebih efektif dilakukan melalui peningkatan pemahaman keuangan daripada melalui pembatasan penggunaan fitur PayLater secara langsung.
7. Shopee PayLater terbukti memediasi hubungan antara shopping lifestyle dan perilaku konsumtif, yang berarti bahwa gaya hidup berbelanja mendorong penggunaan fitur PayLater, dan pada akhirnya meningkatkan intensitas konsumsi. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya kolaborasi antara penyedia layanan, pemerintah, dan lembaga pendidikan dalam memberikan edukasi serta regulasi yang mendorong penggunaan layanan keuangan digital secara sehat dan bertanggung jawab, terutama bagi kalangan muda yang memiliki kecenderungan konsumsi tinggi.

C. Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya

- a. Mengingat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari Generasi Z di Kota Padang, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian. Hal ini bertujuan agar hasil yang diperoleh lebih general dan dapat dibandingkan antar daerah, memberikan perspektif

yang lebih luas tentang perilaku konsumtif Generasi Z di berbagai konteks.

- b. Selain itu, penggunaan pendekatan mixed methods atau penambahan variabel lain, seperti kontrol diri, tekanan sosial, atau faktor psikologis, dapat memperkaya pemahaman mengenai perilaku konsumtif Generasi Z. Pendekatan ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi.

2. Untuk Perusahaan Shopee sebagai Penyedia Shopee PayLater

- a. Meningkatkan Edukasi Keuangan Digital

Shopee disarankan menyediakan fitur edukasi dalam aplikasi yang menjelaskan risiko dan manfaat penggunaan PayLater, serta tips pengelolaan keuangan yang bijak.

- b. Menerapkan Fitur Pengendalian Konsumsi

Menyediakan pengingat tagihan, batas penggunaan (spending limit), dan pelaporan pengeluaran agar pengguna lebih sadar terhadap kebiasaan belanja mereka.

- c. Pemasaran yang Bertanggung Jawab

Menyesuaikan strategi promosi agar tidak terlalu mendorong perilaku konsumtif, terutama bagi pengguna dengan gaya hidup belanja yang tinggi.

- d. Evaluasi dan Penyesuaian Kelayakan Pengguna

Mengembangkan sistem penilaian kelayakan yang lebih ketat untuk memastikan bahwa layanan PayLater digunakan oleh individu yang mampu secara finansial.

e. Kolaborasi dengan Lembaga Keuangan atau Pendidikan

Shopee dapat bekerja sama dengan institusi terkait untuk menyelenggarakan program literasi keuangan yang menasar pengguna muda secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Afista, L. T., Faudiana, A. L., Aldi, R., & Ayu Nofirda, F. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-wallet DANA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Ahyar, H., Andriani, H., & Sukmana, D., J. 2020. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue Maret).
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. Human Behavior and Emerging <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Albab, F. U. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017).
- Anisah, N., & Crisnata, R. (2021). The Influence of Shopping Lifestyle on the Use of Fintech Payment Services. *Journal of Financial Technology*, 6(1), 23-34.
- Amelia, D., & Rinaldi. (2019). *hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa unp*.
- Andrew, Vincentius & Nanik Linawati. 2014. Hubungan Faktor Demografi dan Pengetahuan Keuangan Dengan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta di Surabaya. *FINESTA Vol. 02, No. 02, (2014) 35-39*
- Annisa, S. D., & Saepuloh, C. (2024). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Diera Gen Z (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cipatik).
- Asriningati, M., & Tri I. W. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Online Store Beliefs Terhadap Impulse Buying Pada Lazada.Co.Id. *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. 15(2)
- Astuti, M. D., & Dasman, S. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(5), 2893–2899. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i5.2969>
- Badan Pusat Statistik Kota Padang. (2023, July 12). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kota Padang (Jiwa)*, 2022. <https://Padangkota.Bps.Go.Id/Id/Statistics-Table/2/NjY0IzI=/Penduduk-Menurut-Kelompok-Umur.Html>.

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Baumeister, R. F., & Tierney, J. (2011). *Willpower: Rediscovering the Greatest Human Strength*. Penguin Press.
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Muraven, M., & Tice, D. M. (1998). Ego Depletion: Is the Active Self a Limited Resource? *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(5), 1252–1265.
- Bila, S. M., & Marlana, N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Penggunaan Shopee Paylater. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12.
- Brilianti, T. R., dan Lutfi. (2020). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pengalaman Keuangan, dan Pendapatan terhadap Perilaku Keuangan Keluarga. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 197–213.
- Chaniago, H. Z., & Suwaidi, R. A. (2024). Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z Pengguna Shopee Paylater. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 7(1).<https://doi.org/10.32493/JEE.v7i1.43297>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students*. 7(2), 107–128.
- Dea Anisa, S., & Saepuloh, C. (2024). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Diera Gen Z (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cipatik).
- Dwiwansi, P., Dewi Purnamasari, E., & Lazuardi, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater Pada E-Commerce. <https://univ45sby.ac.id/ejournal/index.php/ekonomika>
- Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education Student. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 496–503. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210867>
- Fattah, F. A., & Indriayu, M. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. In *Sunarto Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi* (Vol. 4, Issue 1). <https://jurnal.uns.ac.id/bise>
- Fauzia, A. N., & Nurdin. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. *Prosiding Manajemen*, 5(1), 79–84.

- Fauziah, S. N., Prayitno, P. H., Wahyono, H., & Inayati, R. (2023). *The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Consumptive Behavior with Paylater as a Mediating Variable*.
- Fauziyyah, A. N., & Farah O. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*. 8(1)
- Firdaus, T. I. (2023). Representation of the Hedonism of the Main Character in Kevin Kwan's Chinese Novel Rich Girlfriend. *Syntax Idea*, 5(7). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416>
- Firdaus, T. I. (2023). Representation of the Hedonism of the Main Character in Kevin Kwan's Chinese Novel Rich Girlfriend. *Syntax Idea*, 5(7). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416>
- Fitria, dkk, E. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi ShopeePay Perilaku Konsumtif Terhadap Mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, Vol 3, No 2.
- Fransisca, & Suryasa, P. T. Y. S. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. In *Jurnal Phronesis Desember* (Vol. 7, Issue 2).
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11(1).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hazimullah, R. (2022). Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada pengguna platform marketplace shopee. Skripsi. (Unpublish). Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang.
- IDN Research Institute. (2024, November 26). *Kemudahan Paylater Bikin Orang Impulsif Belanja*. <https://www.idntimes.com/Business/Economy/Triyan-Pangastuti/Hati-Hati-Kemudahan-Paylater-Bikin-Orang-Impulsif-Belanja>.
- IDN TIMES. (2023, November 24). Gen Z Suka Pakai Fitur Paylater, Ini Platform yang Paling Disukai Artikel ini telah tayang di Idntimes.com dengan judul "Gen Z Suka Pakai Fitur Paylater, Ini

Platform yang Paling Disukai”. Klik untuk baca: <https://wgenz.suka-pakai-fitur-paylater-ini-platform-yang-paling-disukai>.

<https://www.idntimes.com/business/economy/triyan-pangastuti/genz-suka-pakai-fitur-paylater-ini-platform-yang-paling-disukai>

Idrus, M. (2009). *Metode penelitian ilmu sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Erlangga.

Insani, K. F. R. (2022). Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang.

Jannah, M., Pd, M. M., Isfaatun, E., & Sukmarani, W. (2024). pengaruh self control dan financial attitude terhadap financial behavior pengguna layanan buy now pay later. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi STI&K (SeNTIK)*, 8(1).

Japariato, E., & Sugiharto, S. (2011). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impluse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, VOL. 6, NO. 1, 32-41

Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Komsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. *UNDIKSHA* 2015. 5(1), 3.

Kholizah, A. N., & Sulton, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Latter Pada Gen Z. In *YUME : Journal of Management* (Vol. 8, Issue 1).

Lestari, R., & Rahman, A. (2021). The Influence of Shopping Lifestyle on Consumer Behavior in Young Adults. *Journal of Marketing Studies*, 8(3), 112-120

Leonita, D., Wulandari, S., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Pengaruh fitur shopee paylater, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di shopee (studi kasus pada mahasiswa universitas pelita bangsa program studi manajemen angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 13(02).

Lina & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putri. *Psikologika*, 4, 5–13. doi:10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1

Lubis, M. (2011). *Metode penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial dan humaniora*. Ghalia Indonesia.

Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice &*

- Research, 3(2), 65–69. http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling
- Maryani, D., & Maya, S. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Mahasiswa Jakarta). *JFM: Journal of Fundamental Management*, 4(3), 344–355. <https://doi.org/10.22441/jfm.v4i3.31270>
- Mendari, Anastasia Sri dan Suramaya Suci Kewal. 2014. Tingkat Literasi Keuangan di Kalangan Mahasiswa STIE MUSI. Hal. 130-140
- Mischel, W. (2014). *The Marshmallow Test: Mastering Self-Control*. Penguin Press.
- Nadhifah, H. A., Arif, M., Sucipto, B., Sudibyo, H., Tegal, U. P., & Arif, M. (2024). Tingkat Pelaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, 10, 17–27. <https://doi.org/10.52657/jfk.v10i1.2195>
- Novyantari, N. P. W., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. made S. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Dan Self Control Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Tokopedia Di Denpasar. *Jurnal Maneksi VOL 13, NO. 1*
- Nurjanah, S. (2019). pengaruh literasi ekonomi dan self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri jakarta. *PARAMETER: Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, 31(2), 124–133. <https://doi.org/10.21009/parameter.312.05>
- Ningsih, M. C., Woestho, C., & Kurniawan, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat PayLater, dan Pendapatan Generasi Z terhadap Minat Penggunaan PayLater di Platform Shopee pada Kecamatan Tambun Selatan. *Jurnal, Economina*, 2(11), 3218–3231. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.967>
- OJK. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
- Octavia Kinaya, C., & Kosadi, F. (2024). Locus of Lontrol terhadap Financial Behavior Penggunaan Paylater (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Bandung) (Vol. 5, Issue 4).
- Oseifuah, E. K. (2010). Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(2), 164–182. <https://doi.org/10.1108/20400701011073473>
- Pamungkas, W. S., & Putri, S. I. (2024). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, and Pay Later Use on Consumptive Behavior. *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management*, 1(4), 14. <https://doi.org/10.47134/aaem.v1i4.437>

- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia). *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 4(2), 237–246. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.205>
- Prabowo, A., & Sari, D. (2020). The Impact of Fintech on Consumer Behavior: A Study of Paylater Services. *Journal of Financial Technology*, 5(2), 45-58
- Pradiatiningtyas, D. (2019). Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Di Marketplace. *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi – Volume 11 No 2*.
- Prajogo, U., Chairil Putri, D. A., Andiani, L., Tinggi, S., Ekonomi, I., Stie, (, & Malangkuçewara,). (2024). the influence of financial literacy, lifestyle and hedonism on the use of shopee paylater amongst students. In *Jurnal of Applied Business and Banking (JABB)* (Vol. 5, Issue 2).
- Prasinta, Falena Ika, Gendro Wiyono, and Alfiatul Maulida. 2023. “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Generasi Z.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5 (6): 3028–38. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2703>
- Pratami, K. I., Agus, G., Yudiantara, P., Ekonomi, J., & Akuntansi, D. (2023). pengaruh financial attitude, shopping lifestyle dan penggunaan e-wallet terhadap perilaku impulsive buying dalam marketplace shopee (studi pada generasi z di kabupaten buleleng). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha* (Vol. 14, Issue 04).
- Pratami, K. I., Agus, G., Yudiantara, P., Ekonomi, J., & Akuntansi, D. (2023). pengaruh financial attitude, shopping lifestyle dan penggunaan e-wallet terhadap perilaku impulsive buying dalam marketplace shopee (studi pada generasi z di kabupaten buleleng). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha* (Vol. 14, Issue 04).
- Prazadhea, A. A., & Fitriyah. (2023). The influence of financial literacy, ease of use and usefulness on the use of shopee paylater in malang city students. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 2023.
- Prihatni, Dr. R., Baroto, Y., Simbolon, H. O., Amelia, D., Meirsha, I. D. M. T., & Aziz, S. A. (2024). analisis literasi keuangan dan inklusi keuangan di indonesia: strategi untuk meningkatkan kesejahteraan finansial masyarakat. www.freepik.com

- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rahma, W. S., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap E-Impulse Buying Mahasiswi Universitas Negeri Padang pada Lazada. co. id. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(01), 276-282.
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
- Ratnaningrum, T., Dewi, R., Karnain, B., Santoso, H. T., & Gs, D. A. (2024). Pengaruh Belanja Online dan Fitur Paylater Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akutansi*.
- Restike, K. P., Prasasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, K. M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis, Maret 2024, Vol. 22, No. 1, Hal. 100-113*.
- Rosyada, M., Abdurrahman, U. K. H., & Pekalongan, W. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Pengguna SPay Later (Vol. 15, Issue 3).
- Rosyid, H. F. (1997). perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putri.
- Salma, A., & Nio, S. R. (2024). Hubungan Antara Self Control dengan Perilaku Konsumtif Pengguna Shoppe Paylatter pada Dewasa Awal di Kota Padang. *CAUSALITA : Journal of Psychology*, 2(1), 163–168. <https://doi.org/10.62260/causalita.v2i1.283>
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh gaya hidup brand minded dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 37-46
- Schorr, A. (2023). The Technology Acceptance Model (TAM) and its Importance for Digitalization Research: A Review. In *International Symposium on Teknikpsychologie (TecPsy) 2023* (pp. 55–65). Sciendo. <https://doi.org/10.2478/9788366675896-005>
- Sholehah, S. E., & Amaniyah, E. (2024). pengaruh literasi keuangan dan risiko terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan penggunaan fintech payment (paylater) pada shopee sebagai variabel intervening. *Competence : Journal of Management Studies*, 18(1).

- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis. Andi Publisher
- Sina, P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135-143.
- Sopiyon, P., & Kusumadewi, D. R. N. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung :
- Sugiyono. (2012). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian bisnis. Alfabeta
- Sumartono. (2002). Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan Pola Hidup Konsumtif. *Jurnal Psikologi (Online)*.www.e-psikologi.com
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. In *Self-Regulation and Self-Control*.
- Tirmizi, Muhammad Ali, Kashif-Ur-Rehman, dan M. IqbalSaif, 2009, An Empirical Study of Consumer Impulse Buying Behavior in Local Markets, *European Journal of Scientific Research* ISSN 1450-216X Vol.28 No.4 (2009), pp.522-532<http://www.eurojournals.com/ejsr.htm>
- Utami, C. W. (2010). Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Vebiyanti, B., & Hadi, D. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. In *Jurnal Spirit Edukasia* (Vol. 02, Issue 01).
- Wibowo, & Riskin Hidayat. (2023). Pengaruh Perilaku Keuangan, Gaya Hidup, Financial Attitude dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku

Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang.

Widyaningrum, R., & Susilarini, T. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Efikasi Diri Dengan Prokrastinasi Akademik Pada Siswa Kelas XI SMAIT Raflesia Depok. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(2), 34–39. <https://Journals.Upi-Yai.Ac.Id/Index.Php/IkraithHumaniora/Article/View/953>

Yulita, Sumiati, A., & Zulaihati, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Online Food Delivery Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Jurnal Nominal*.

Zayusman, F., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(01).

Zuliansyah, Yuspira, P., & Pane, S. G. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, 2 no 1.