Perilaku Konsumtif pada Remaja Pengguna Fitur *Paylater* Ditinjau dari Kontrol Diri : Studi Korelasional

Tennia Febriyani[1], Al Thuba Septa Priyangasari[2], Yesa Amanda Putri[3]
Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang.
e-mail: 19090000155@student.unmer.ac.id [1], althuba.septa@unmer.ac.id[2], 23090000286@student.unmer.ac.id[3]

Kata Kunci:

kontrol diri,
perilaku konsumtif,
remaja,
PayLater.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan fitur *PayLater*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Populasi penelitian adalah remaja pengguna fitur *PayLater*, dengan teknik pengambilan sampel *snowball sampling* dan diperoleh sebanyak 97 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala kontrol diri berdasarkan teori Averill (1973) dan skala perilaku konsumtif berdasarkan teori Lina dan Rosyid (1997). Analisis data menggunakan regresi linear sederhana setelah memenuhi uji asumsi normalitas dan linearitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa model regresi signifikan dengan nilai F sebesar 43,719 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Uji parsial (uji-t) menghasilkan nilai t sebesar 6,612 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), sehingga hipotesis penelitian diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna *PayLater*. Semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri, semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif dalam penggunaan fitur *PayLater*.

.

Keyword:

self-control,
consumptive behavior,
adolescents,
PayLater

ABSTRACT

This study aimed to examine the influence of self-control on consumptive behavior among adolescents using the PayLater feature. A quantitative approach with a causal research design was employed. The population consisted of adolescents who use PayLater, with 97 respondents selected through snowball sampling. Data were collected using a self-control scale based on Averill's (1973) theory and a consumptive behavior scale based on Lina and Rosyid's (1997) theory. Data analysis employed simple linear regression after the normality and linearity assumptions were satisfied. The results showed that the regression model was significant, with an F value of 43.719 and a significance value of 0.000 ($p < .05$). The t-test also indicated a significant effect, with a t value of 6.612 and a significance value of 0.000 ($p < .05$), confirming that the research hypothesis was accepted. These findings demonstrate that self-control significantly influences consumptive behavior among adolescent PayLater users. Higher self-control was associated with lower consumptive behavior, whereas lower self-control was associated with higher consumptive tendencies. Thus, self-control is an important psychological factor in regulating consumptive behavior among adolescents who use PayLater

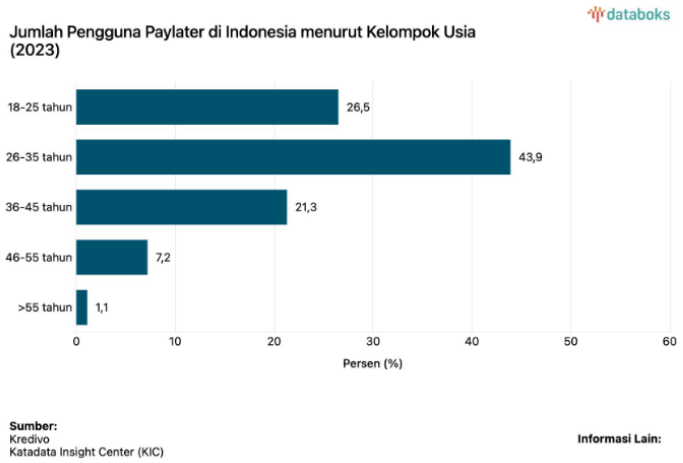
Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

I. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, perkembangan teknologi memberikan berbagai kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas berbelanja. Kegiatan berbelanja yang sebelumnya dilakukan secara langsung dengan mendatangi toko kini dapat dilakukan secara *online* melalui berbagai *platform* perdagangan elektronik. Kemudahan tersebut membuat aktivitas berbelanja tidak lagi semata-mata dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari gaya hidup, khususnya pada kalangan remaja. Remaja merupakan kelompok yang cukup aktif dalam menggunakan teknologi dan media digital sehingga memiliki peluang lebih besar untuk terpapar berbagai informasi mengenai produk, promosi, tren, dan kemudahan transaksi dalam kegiatan belanja *online* [1].

Kemudahan dalam berbelanja secara *online* pada akhirnya dapat memunculkan permasalahan berupa perubahan pola konsumsi. Konsumen dapat dengan mudah melihat berbagai produk yang ditawarkan melalui media sosial maupun *platform e-commerce*. Informasi mengenai produk, promosi, hingga penawaran menarik menjadi salah satu pertimbangan individu sebelum menentukan keputusan pembelian [2]. Kondisi tersebut dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan utama, melainkan karena keinginan, ketertarikan terhadap suatu produk, maupun dorongan untuk memperoleh kesenangan. Perilaku pembelian yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan tersebut dapat dikategorikan sebagai perilaku konsumtif [3].

Fenomena penggunaan *paylater* pada kelompok usia muda juga menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Berdasarkan hasil riset Kredivo bersama Katadata *Insight Center* (KIC) yang dipublikasikan oleh Databoks, sebanyak 26,5% pengguna *paylater* di Indonesia berasal dari kelompok Generasi Z atau usia 18–25 tahun. Sementara itu, kelompok milenial usia 26–35 tahun menjadi pengguna terbesar dengan persentase 43,9%.



Gambar 1. Usia Pengguna *Paylater*
Sumber : Muhamad, (2024)

Data tersebut menunjukkan bahwa kelompok usia muda memiliki keterlibatan yang cukup besar dalam penggunaan layanan pembayaran *paylater*. Tingginya penggunaan *paylater* pada kelompok usia tersebut menjadi fenomena yang perlu diperhatikan karena kemudahan memperoleh barang dengan sistem pembayaran tertunda dapat meningkatkan kesempatan individu untuk melakukan pembelian tanpa pembayaran secara langsung. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

perilaku konsumtif, terutama apabila penggunaan *paylater* tidak disertai dengan kemampuan mengendalikan keinginan dan mempertimbangkan konsekuensi dari keputusan pembelian.

Remaja sebagai salah satu kelompok pengguna teknologi digital dapat menjadi kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumtif ketika dihadapkan pada berbagai kemudahan transaksi. Berdasarkan riset Kredivo dalam Laporan Perilaku Konsumen *E-Commerce* Indonesia (2023), konsumen dengan rentang usia 18–25 tahun yang termasuk dalam kelompok Generasi Z dan Milenial memiliki kontribusi sebesar 28,1% dalam aktivitas belanja *online* selama periode 2020–2023 [5]. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kelompok usia muda memiliki keterlibatan yang cukup besar dalam aktivitas perdagangan elektronik. Tingginya aktivitas belanja *online* yang disertai dengan tersedianya berbagai pilihan metode pembayaran dapat memberikan peluang bagi remaja untuk melakukan pembelian secara lebih mudah dan berulang.

Fenomena diatas diperkuat oleh berbagai penelitian, terdapat mahasiswa yang menggunakan fitur Shopee *PayLater* untuk berbelanja setiap bulan dengan nominal tagihan yang tidak sedikit sehingga menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif. Penelitian tersebut juga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kemudahan sistem pembayaran Shopee *PayLater* dengan perilaku konsumtif [6]. Selain itu, penggunaan *paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif [7]. Berikutnya, fitur *paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara literasi keuangan berperan dalam memoderasi hubungan tersebut [8]. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan transaksi melalui *paylater* dapat mendorong individu melakukan pembelian secara lebih mudah, termasuk pembelian yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan. Kondisi ini menunjukkan pentingnya kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan konsumsi agar kemudahan pembayaran tidak berkembang menjadi perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam menggunakan atau membeli produk secara berlebihan. Perilaku ini juga ditandai dengan penggunaan produk yang belum selesai atau belum habis, tetapi individu kembali membeli produk baru. Keputusan pembelian tersebut tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, melainkan dapat dipengaruhi oleh daya tarik hadiah, promosi, maupun tren produk yang sedang populer [9]. Perilaku konsumtif menjadi salah satu permasalahan yang perlu diperhatikan pada remaja karena kelompok usia tersebut sedang berada pada tahap perkembangan yang ditandai dengan keinginan untuk memperoleh pengakuan dan menunjukkan eksistensi diri di lingkungan sosial [10]. Aktivitas berbelanja dapat menjadi salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Perubahan perilaku konsumen menunjukkan bahwa aktivitas pembelian tidak selalu ditujukan untuk memperoleh barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi dapat dilakukan untuk mendapatkan sensasi euforia, kesenangan, maupun kepuasan sosial [11]. Apabila kondisi tersebut berlangsung secara terus-menerus, perilaku konsumtif dapat menyebabkan peningkatan pengeluaran dan kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi.

Permasalahan perilaku konsumtif tersebut semakin berpotensi terjadi seiring dengan meningkatnya kemudahan dalam sistem pembayaran digital. Sistem pembelian atau pembayaran saat ini tidak hanya mengandalkan kartu kredit perbankan, tetapi telah berkembang melalui berbagai inovasi teknologi keuangan [12]. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah *financial technology* atau *fintech.* Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *financial technology* merupakan inovasi pada industri jasa

Copyright © SENASIF 2026

ISSN: 2598-0076

keuangan yang memanfaatkan perkembangan teknologi. Kehadiran *fintech* menghubungkan teknologi dengan layanan keuangan sehingga berbagai transaksi yang sebelumnya dilakukan secara konvensional dapat dilaksanakan secara digital dengan lebih cepat dan mudah [13].

Salah satu bentuk layanan *fintech* yang berkembang dalam aktivitas belanja *online* adalah *paylater* . *Paylater* merupakan suatu layanan keuangan berupa pinjaman *online* yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi dengan sistem mengangsur atau sekali bayar di hari berikutnya [14]. Kemudahan tersebut memberikan kenyamanan kepada konsumen karena pembelian tidak harus dibayar secara tunai pada saat transaksi berlangsung. Namun, di sisi lain, kemudahan penggunaan *paylater* dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong seseorang melakukan pembelian secara lebih sering atau dalam jumlah yang lebih besar tanpa mempertimbangkan kemampuan finansialnya [15]. Dengan demikian, penggunaan *paylater* berpotensi memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif karena hambatan pembayaran secara langsung menjadi lebih rendah.

Data *enciety.co* menunjukkan bahwa pengguna *paylater* pada tahun 2025 mencapai sekitar 30 juta orang dengan total nilai transaksi sebesar USD 8,84 miliar. Selain itu, data OJK menunjukkan adanya peningkatan perputaran transaksi *paylater* sepanjang tahun 2025. Penelusuran *enciety.co* juga menunjukkan bahwa sekitar 35% transaksi *e-commerce* menggunakan layanan *paylater* [16]. Data tersebut menunjukkan bahwa *paylater* telah menjadi salah satu alternatif pembayaran yang semakin banyak digunakan dalam aktivitas belanja *online*. Peningkatan penggunaan layanan tersebut perlu mendapatkan perhatian karena kemudahan memperoleh barang dengan pembayaran yang ditunda dapat memengaruhi pola konsumsi masyarakat, termasuk kelompok remaja.

Dalam kondisi tersebut, kontrol diri menjadi salah satu faktor penting yang berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi. Kontrol diri merupakan suatu pengendalian tingkah laku seseorang yang cenderung bertindak positif dalam berfikir [17]. Hal ini diperlukan agar seseorang mampu mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial sebelum mengambil keputusan pembelian. Individu dengan kontrol diri yang baik cenderung mampu menunda keinginan, mempertimbangkan konsekuensi dari pembelian, serta mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan. Sebaliknya, kontrol diri yang rendah dapat menyebabkan individu lebih mudah mengikuti dorongan sesaat dan melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang [18].

Kontrol diri juga berperan dalam menentukan tindakan seseorang ketika mengambil keputusan pembelian, termasuk dalam menentukan produk yang akan dibeli maupun metode pembayaran yang digunakan [19]. Menurut Antonides kontrol diri diperlukan ketika seseorang melakukan pembelian agar keputusan yang diambil tetap mengutamakan kebutuhan utama [20]. Kontrol diri yang kurang baik dapat meningkatkan kecenderungan seseorang melakukan pembelian secara berlebihan dan berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan pada masa mendatang. Sehingga, kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan konsumsi menjadi penting, terutama ketika kemudahan teknologi pembayaran seperti *paylater* semakin banyak tersedia.

Penggunaan *paylater* yang memberikan kemudahan pembayaran dapat menjadi tantangan bagi remaja dalam mempertahankan kontrol terhadap perilaku belanja [21]. Ketika keinginan membeli tidak diimbangi dengan kemampuan mengendalikan diri, kemudahan pembayaran yang ditawarkan *paylater*

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

dapat mendorong pembelian yang tidak didasarkan pada kebutuhan [22]. Sebaliknya, remaja yang memiliki kontrol diri yang baik diharapkan mampu mempertimbangkan manfaat, kebutuhan, kemampuan membayar, serta konsekuensi dari keputusan pembelian sebelum menggunakan layanan *paylater* .

Berdasarkan uraian tersebut, perilaku konsumtif pada remaja pengguna *paylater* menjadi permasalahan yang penting untuk dikaji, terutama karena kemudahan belanja online dan sistem pembayaran yang ditunda dapat meningkatkan dorongan melakukan pembelian secara berlebihan. Kontrol diri diduga memiliki peran dalam mengendalikan kecenderungan tersebut karena kemampuan mengendalikan keinginan dan mempertimbangkan konsekuensi pembelian dapat memengaruhi perilaku konsumsi individu. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan fitur *paylater*

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional untuk menguji hubungan antara variabel [23]. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, sedangkan pengumpulan dan analisis data dilakukan secara kuantitatif untuk menguji hipotesis penelitian [24]. Pada penelitian ini, variabel bebas (X) adalah kontrol diri, sedangkan variabel terikat (Y) adalah perilaku konsumtif pada remaja pengguna *PayLater*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Lemeshow, karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. Berdasarkan perhitungan, jumlah sampel minimum yang diperoleh adalah 97 remaja. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara bertahap dengan memanfaatkan informasi atau rekomendasi dari responden awal untuk menemukan responden berikutnya yang sesuai dengan kriteria penelitian[24]. Teknik ini digunakan karena karakteristik responden yang diteliti, yaitu remaja yang menggunakan fitur *PayLater* , relatif spesifik sehingga keberadaan responden dapat diperoleh melalui jaringan atau rekomendasi dari responden sebelumnya.

Pernyataan dalam skala *likert* memiliki dua sifat yaitu *favorable* (mendukung) dan *unfavorable* (tidak mendukung). Setiap pernyataan memiliki empat alternatif jawaban yaitu SS (Sangat setuju), S (Setuju) TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Untuk pernyataan yang bersifat *favorable* diberi rentang nilai 4-1 dan yang bersifat *unfavorable* diberi rentang nilai 1-4.

Data dikumpulkan menggunakan dua instrumen, yaitu Skala Perilaku Konsumtif yang disusun berdasarkan aspek perilaku konsumtif [25] serta Skala Kontrol Diri berdasarkan aspek kontrol diri [26]. Kedua instrumen menggunakan skala Likert 4 poin yang terdiri atas pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Validitas isi diuji melalui *expert judgment*, sedangkan validitas butir menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* dan reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS versi 25 [24].

Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan *Google Form* yang diawali dengan *informed consent*, dilanjutkan pengisian data demografis dan kuesioner penelitian. Tautan survei disebarkan melalui media sosial kepada remaja pengguna *PayLater* yang memenuhi kriteria penelitian.

Copyright © SENASIF 2026

ISSN: 2598-0076

Analisis data meliputi statistik deskriptif dan statistik inferensial. Sebelum uji hipotesis dilakukan, data diuji normalitas menggunakan *Kolmogorov–Smirnov* dan uji linearitas. Pengujian hipotesis menggunakan analisis *regresi linier* sederhana dengan bantuan SPSS versi 25 untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif [24]

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 97 responden yang seluruhnya bersedia berpartisipasi. Karakteristik responden meliputi usia, jenis kelamin, status pendidikan, layanan *PayLater* yang digunakan, rata-rata limit atau uang saku bulanan, dan lama penggunaan *PayLater*. Berdasarkan usia, sebanyak 43 responden (44,33%) berusia 15–20 tahun dan 54 responden (55,67%) berusia 21–25 tahun. Berdasarkan jenis kelamin, responden terdiri atas 41 laki-laki (42,27%) dan 56 perempuan (57,73%). Berdasarkan status pendidikan, mayoritas responden merupakan mahasiswa, yaitu 78 orang (80,41%), sedangkan pelajar berjumlah 19 orang (19,59%).

Berdasarkan layanan yang digunakan, Shopee *PayLater* (S*PayLater*) menjadi layanan yang paling banyak digunakan oleh 54 responden (55,67%), sedangkan responden lainnya menggunakan GoPay Later, OVO *PayLater*, atau kombinasi beberapa layanan. Ditinjau dari rata-rata limit atau uang saku bulanan, 45 responden (46,39%) memiliki jumlah lebih dari Rp3.000.000, sedangkan 24,74% berada pada rentang Rp2.000.000–Rp3.000.000. Berdasarkan lama penggunaan, kelompok terbesar telah menggunakan *PayLater* selama 1–3 bulan, yaitu 33 responden (34,02%), diikuti penggunaan 4–6 bulan sebanyak 18 responden (18,56%), 13–24 bulan sebanyak 16 responden (16,49%), dan 7–12 bulan sebanyak 14 responden (14,43%). Adapun masing-masing 8 responden (8,25%) menggunakan *PayLater* selama 25–36 bulan dan lebih dari 36 bulan. Secara umum, responden didominasi kelompok usia 21–25 tahun, perempuan, mahasiswa, pengguna S*PayLater*, serta pengguna dengan durasi penggunaan relatif singkat.

Deskripsi data penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data dari masing-masing variabel penelitian, yaitu variabel kontrol diri (X) dan perilaku konsumtif (Y). Analisis statistik deskriptif dilakukan terhadap 97 responden dengan melihat nilai minimum, maksimum, rentang (*range*), rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

Tabel 1. Data Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	***Range***	***Minimum***	***Maximum***	***Mean***		***Std. Deviation***
	Statistic	***Statistic***	***Statistic***	***Statistic***	***Statistic***	***Std. Error***	***Statistic***
Kontrol Diri	97	31	56	87	76.09	.634	6.242
Perilaku Konsumtif	97	36	89	125	109.47	.819	8.070
Valid N (listwise)	97						

Sumber: *Output SPSS 25*

Secara keseluruhan, hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa kedua variabel penelitian memiliki tingkat penyebaran data yang relatif baik. Kondisi tersebut terlihat dari nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata pada masing-masing variabel, sehingga data penelitian dinilai cukup representatif untuk digunakan pada analisis lebih lanjut, seperti uji prasyarat analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

remaja yang menggunakan fitur *PayLater*.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji Variabel X (Kontrol Diri)

X	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
S1	0,215	0,1975	0,034	VALID
S2	0,210	0,1975	0,039	
S3	0,259	0,1975	0,010	
S4	0,469	0,1975	0,000	
S5	0,331	0,1975	0,001	
S6	0,300	0,1975	0,003	
S7	0,278	0,1975	0,006	
S8	0,254	0,1975	0,012	
S9	0,356	0,1975	0,000	
S10	0,232	0,1975	0,022	
S11	0,262	0,1975	0,010	VALID
S12	0,329	0,1975	0,001	
S13	0,227	0,1975	0,025	
S14	0,243	0,1975	0,016	
S15	0,253	0,1975	0,012	
S16	0,287	0,1975	0,004	
S17	0,469	0,1975	0,000	
S18	0,437	0,1975	0,000	
S19	0,304	0,1975	0,002	
S20	0,312	0,1975	0,002	
S21	0,243	0,1975	0,016	VALID
S22	0,433	0,1975	0,000	
S23	0,274	0,1975	0,007	
S24	0,255	0,1975	0,012	
S25	0,300	0,1975	0,003	
S26	0,329	0,1975	0,001	
S27	0,351	0,1975	0,000	
S28	0,217	0,1975	0,033	
S29	0,255	0,1975	0,012	
S30	0,271	0,1975	0,007	
S31	0,292	0,1975	0,004	VALID
S32	0,202	0,1975	0,047	
S33	0,231	0,1975	0,023	
S34	0,376	0,1975	0,000	
S35	0,439	0,1975	0,000	
S36	0,283	0,1975	0,005	
S37	0,303	0,1975	0,003	
S38	0,249	0,1975	0,014	
S39	0,381	0,1975	0,000	
S40	0,242	0,1975	0,017	
S41	0,260	0,1975	0,010	
S42	0,452	0,1975	0,000	

Sumber: *Output SPSS 25*

Hasil uji validitas pada variabel X menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada instrumen penelitian memiliki nilai koefisien korelasi (r hitung) yang lebih besar daripada nilai r tabel serta memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

karena mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan sesuai dengan konsep yang hendak diukur. Oleh karena itu, seluruh butir pernyataan dalam kuesioner layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini.

Setelah dilakukan pengujian validitas pada variabel kontrol diri (X), pengujian yang sama juga dilakukan terhadap instrumen variabel perilaku konsumtif (Y). Uji validitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel perilaku konsumtif mampu mengukur konstruk yang diteliti secara tepat. Hasil uji validitas variabel perilaku konsumtif disajikan pada Tabel 4 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Y	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
S1	0,399	0,1975	0,000	VALID
S2	0,506	0,1975	0,000	
S3	0,249	0,1975	0,014	
S4	0,562	0,1975	0,000	
S5	0,420	0,1975	0,000	
S6	0,341	0,1975	0,001	
S7	0,265	0,1975	0,009	
S8	0,290	0,1975	0,004	
S9	0,307	0,1975	0,002	
S10	0,269	0,1975	0,008	
S11	0,282	0,1975	0,005	VALID
S12	0,295	0,1975	0,003	
S13	0,211	0,1975	0,038	
S14	0,375	0,1975	0,000	
S15	0,314	0,1975	0,002	
S16	0,253	0,1975	0,012	
S17	0,273	0,1975	0,007	
S18	0,265	0,1975	0,009	
S19	0,217	0,1975	0,033	
S20	0,243	0,1975	0,017	
S21	0,275	0,1975	0,006	VALID
S22	0,216	0,1975	0,034	
S23	0,285	0,1975	0,005	
S24	0,251	0,1975	0,013	
S25	0,221	0,1975	0,030	
S26	0,206	0,1975	0,043	
S27	0,203	0,1975	0,046	
S28	0,323	0,1975	0,001	
S29	0,237	0,1975	0,019	
S30	0,217	0,1975	0,032	
S31	0,239	0,1975	0,018	VALID
S32	0,280	0,1975	0,006	
S33	0,230	0,1975	0,023	
S34	0,245	0,1975	0,016	
S35	0,269	0,1975	0,008	
S36	0,226	0,1975	0,026	

Sumber: *Output SPSS 25*

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Y, seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian memperoleh nilai koefisien korelasi (r hitung) yang melebihi nilai r tabel serta menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa setiap butir pernyataan telah memenuhi kriteria validitas, sehingga mampu mengukur variabel penelitian secara akurat sesuai dengan konstruk yang ditetapkan. Dengan demikian, seluruh item dalam kuesioner dinyatakan layak dan dapat

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel kontrol diri. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan untuk mengukur objek yang sama. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen kontrol diri (Variabel X) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,815 dengan 42 butir pernyataan, sehingga termasuk kategori sangat reliabel. Sementara itu, instrumen perilaku konsumtif (Variabel Y) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,675 dengan 36 butir pernyataan, yang menunjukkan kategori reliabel. Dengan demikian, kedua instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian atau nilai residual pada model regresi berdistribusi normal. Pengujian normalitas merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi sebelum dilakukan analisis regresi linear sederhana. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05.

Jumlah sampel yaitu 97 responden sehingga pada uji normalitas ini mengacu pada uji *kolmogorov-smirnov* karena jumlah responden lebih dari 50. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi *kolmogorov-smirnov* pada *unstandardized residual* adalah sebesar 0,200. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka residual dalam model regresi dinyatakan berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk menguji pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan fitur *PayLater*.

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang bersifat linear antara variabel kontrol diri (X) dengan variabel perilaku konsumtif (Y). Pengujian ini merupakan salah satu syarat dalam analisis regresi linear sederhana, karena model regresi mengasumsikan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linear. Uji linearitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 25 dengan melihat nilai *Deviation from Linearity* pada tabel ANOVA. Hubungan kedua variabel dinyatakan linear apabila nilai signifikansi (Sig.) pada Deviation from Linearity lebih besar dari 0,05.

Tabel 4. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	*df*	*Mean Square*	*F*	*Sig.*
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	*Between Groups*	*(Combined)*	2872.149	23	124.876	2.697	.001
		Linearity	1970.440	1	1970.440	42.556	.000
		Deviation from Linearity	901.709	22	40.987	.885	.613
	Within Groups		3380.037	73	46.302		
	Total		6252.186	96			

Sumber: *Outpust SPSS 25*

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,613 yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kontrol diri dan

Copyright © SENASIF 2026

ISSN: 2598-0076

perilaku konsumtif bersifat linear serta tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari pola hubungan linear. Dengan demikian, asumsi linearitas telah terpenuhi sehingga analisis regresi linear sederhana dapat digunakan untuk menguji pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan fitur *PayLater*.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan fitur *PayLater*. Sebelum menguji besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, terlebih dahulu dilakukan uji kelayakan model regresi melalui Uji F (ANOVA). Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel kontrol diri sebagai variabel independen dengan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen. Model regresi dinyatakan layak apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 43,719 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka model regresi yang digunakan dinyatakan signifikan. Setelah model regresi dinyatakan layak melalui Uji F (ANOVA), tahap selanjutnya adalah melakukan Uji t (uji parsial). Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kontrol diri secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan fitur *PayLater*. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan taraf signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 (Sig. < 0,05), maka hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh variabel kontrol diri terhadap perilaku konsumtif diterima.

Tabel 5. Uji t Hitung

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	*t*	*Sig.*	*95.0% Confidence Interval for B*	
		B	*Std. Error*	*Beta*			*Lower Bound*	*Upper Bound*
1	(Constant)	54.244	8.381		6.472	.000	37.606	70.882
	Kontrol Diri	.726	.110	.561	6.612	.000	.508	.944

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: *Output SPSS 25*

Berdasarkan tabel *Coefficients*, diperoleh nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,726, nilai t hitung sebesar 6,612 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan fitur *PayLater*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan fitur *PayLater*. Berdasarkan hasil uji ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 43,719 dengan nilai signifikansi 0,000 (<0,05)**.** Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai **t** hitung sebesar 6,612 dengan nilai signifikansi 0,000 (<0,05)**,** sehingga hipotesis penelitian diterima. Sehingga, kontrol diri terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan fitur *PayLater*.

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori kontrol diri yang menyatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengatur pikiran, emosi, serta perilaku sehingga mampu menahan dorongan sesaat demi mencapai tujuan jangka panjang [27]. Individu dengan kontrol diri yang baik akan lebih mampu mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum mengambil keputusan, termasuk ketika menggunakan layanan pembayaran digital seperti *PayLater* [28]. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri yang rendah cenderung lebih mudah terdorong oleh keinginan sesaat, promosi, diskon, maupun kemudahan transaksi sehingga lebih rentan melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Dalam penggunaan *PayLater,* kemampuan mengendalikan diri menjadi faktor penting karena sistem pembayaran tunda memberikan kemudahan memperoleh barang tanpa harus membayar secara langsung, sehingga dapat meningkatkan kecenderungan berbelanja apabila tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang baik [29].

Fitur *PayLater* pada berbagai platform digital menawarkan proses transaksi yang cepat, limit kredit yang relatif mudah diperoleh, serta pilihan pembayaran secara cicilan [30]. Kondisi tersebut memberikan kemudahan bagi remaja untuk memenuhi berbagai kebutuhan maupun keinginan tanpa harus memiliki dana tunai pada saat transaksi dilakukan. Kemudahan tersebut dapat menjadi faktor pendorong munculnya perilaku konsumtif apabila individu tidak mampu mengendalikan keinginan berbelanja. Sehingga, kontrol diri memiliki peran penting dalam menentukan bagaimana remaja memanfaatkan fasilitas *PayLater*. Remaja yang mampu mengontrol diri akan lebih selektif dalam menggunakan limit yang dimiliki, mempertimbangkan kemampuan membayar, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Sebaliknya, remaja dengan kemampuan pengendalian diri yang rendah cenderung menggunakan *PayLater* secara impulsif sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif [31].

Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna Shopee *PayLater*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu faktor psikologis yang berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater* [32]. Semakin baik kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya, semakin mampu individu tersebut mengontrol keputusan pembelian sehingga kecenderungan melakukan konsumsi secara berlebihan dapat diminimalkan. Persamaan hasil penelitian tersebut dengan penelitian ini menunjukkan bahwa pengendalian diri merupakan aspek penting dalam penggunaan layanan pembayaran digital berbasis kredit, khususnya pada kelompok usia remaja.

Kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa yang melakukan belanja daring. Individu dengan tingkat kontrol diri yang tinggi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengendalikan dorongan untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan[33]. Hasil tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa meskipun *PayLater* memberikan kemudahan akses terhadap transaksi, keputusan pembelian tetap dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengendalikan perilakunya.

Selain itu, berbagai penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri berperan dalam memengaruhi perilaku konsumtif. Individu dengan kontrol diri yang rendah cenderung lebih mudah mengikuti dorongan emosional dan keinginan sesaat dalam melakukan pembelian, sehingga meningkatkan kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. [34]. Adanya dorongan psikologis yang diperkuat oleh

Copyright © SENASIF 2026

ISSN: 2598-0076

kemudahan memperoleh barang sehingga individu yang kurang mampu mengendalikan dirinya lebih rentan melakukan pembelian impulsif.

Penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh terhadap meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kemudahan pembayaran, tersedianya limit kredit, serta berbagai promosi yang ditawarkan *platform e-commerce* mendorong pengguna melakukan pembelian secara berulang [35]. Fitur *PayLater* dapat menjadi faktor eksternal yang mendorong perilaku konsumtif, sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal berupa kontrol diri turut menentukan bagaimana individu merespons kemudahan tersebut.

Perilaku konsumtif pengguna Shopee *PayLater* dipengaruhi oleh faktor psikologis dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan [36]. Individu yang memiliki literasi keuangan dan kemampuan mengendalikan diri yang baik cenderung lebih rasional dalam menggunakan fasilitas *PayLater*. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu mekanisme yang membantu individu menghindari pembelian yang tidak diperlukan meskipun tersedia berbagai kemudahan pembayaran digital. Penggunaan Shopee *PayLater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sistem pembayaran tunda memberikan persepsi kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi sehingga dapat meningkatkan intensitas pembelian. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa kemudahan penggunaan *PayLater* dapat memicu perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengendalian diri yang baik[37].

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian dan berbagai penelitian terdahulu, dapat dipahami bahwa perilaku konsumtif pada remaja pengguna *PayLater* tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan teknologi pembayaran digital, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya. Kontrol diri berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang membantu individu mempertimbangkan manfaat, risiko, dan konsekuensi finansial sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, semakin baik kontrol diri yang dimiliki remaja, semakin bijaksana pula mereka dalam menggunakan fitur *PayLater* sehingga risiko munculnya perilaku konsumtif dapat diminimalkan. Sebaliknya, lemahnya kontrol diri menyebabkan individu lebih mudah dipengaruhi oleh promosi, diskon, kemudahan kredit, maupun dorongan emosional untuk segera memiliki suatu barang.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa upaya mengurangi perilaku konsumtif pada remaja pengguna *PayLater* tidak cukup hanya melalui pembatasan akses terhadap layanan pembayaran digital, tetapi juga perlu dilakukan penguatan aspek psikologis, khususnya kemampuan kontrol diri. Selain itu, peningkatan literasi keuangan, edukasi mengenai pengelolaan utang, serta pemahaman mengenai penggunaan *PayLater* secara bijaksana perlu diberikan kepada remaja agar mereka mampu menggunakan layanan tersebut secara bertanggung jawab. Dengan demikian, *PayLater* dapat dimanfaatkan sebagai fasilitas pembayaran yang mendukung kebutuhan finansial tanpa mendorong munculnya perilaku konsumtif yang berlebihan.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, model regresi dinyatakan layak digunakan dengan nilai F hitung sebesar 43,719 dan nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Hasil uji parsial

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

(uji t) juga menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,612 dengan nilai signifikansi 0,000 (<0,05), sehingga hipotesis penelitian diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna fitur *PayLater*.

DAFTAR RUJUKAN

[1] S. Utami, "Belanja online menjadi trend remaja selama pandemi covid-19.," *An-Nisa' J. Kaji. Peremp. Keislam.*, vol. 13, no. 1, pp. 730-738., 2020.

[2] Nofri and Hafifah, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar," *J. MINDS Manaj. Ide dan Inspirasi*, vol. 5, no. 1, pp. 113–132, 2018, doi: 10.24252/minds.v5i1.5054.

[3] R. R. Dzikrullooh and M. Yunus, "Konsumsi dalam lensa Islam: Antara kebutuhan dan keinginan," *Maliki Interdiscip. J.*, vol. 3, no. 1, pp. 550-563., 2025.

[4] N. Muhamad, "Milenial dan Gen Z Mendominasi Pengguna Paylater di Indonesia," databoks. [Online]. Available: https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/66b5d6e18dff3/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia?utm.com

[5] Kredivo & Katadata Insight Center., *Indonesia e-Commerce Consumer Behavior Report 2023: Pemulihan ekonomi dan tren belanja pasca pandemi.* 2023.

[6] N. D. Agista, "Hubungan kemudahan belanja online menggunakan fitur shopee paylater dengan gaya hidup konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Malang," Universitas Negeri Malang, 2024.

[7] A. D. R. Kusuma, "Pengaruh Paylater dan Flashsale terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pengguna Shopee Universitas Merdeka Malang," Universitas Merdeka Malang., 2024.

[8] N. S. Ningsih, "Pengaruh fitur paylater dan affiliate marketing terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada mahasiswa pengguna e-commerce shopee," Universitas Negeri Malang, 2023.

[9] R. T. Anggraini and F. H. Santhoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonisdengan Perilaku Konsumtif pada Remaja.," *Gadjah Mada J. Psychol.*, vol. 3, no. 3, p. 131, 2019, doi: https://doi.org/10.22146/gamajop.44104.

[10] L. M. I. Wardani and R. Anggadita, *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. Penerbit Nem, 2021.

[11] A. Haro, K. Kushariyadi, W. Widyawati, N. N. Fauziyah, and L. Judijanto, *Perilaku konsumen: Esensi, posisi, dan strategi.* PT. Sonpedia Publishing Indonesia., 2024.

[12] N. L. P. Handayani and P. F. Soeparan, "Peran sistem pembayaran digital dalam revitalisasi UMKM.," *Transform. J. Econ. Bus. Manag.*, vol. 1, no. 3, pp. 20–32, 2022.

[13] Z. Qur'anisa, M. Herawati, L. Lisvi, M. H. Putri, and O. Feriyanto, "Peran fintech dalam meningkatkan akses keuangan di era digital: Studi literatur.," *GEMILANG J. Manaj. Dan Akunt.*, vol. 4, no. 3, pp. 99–114, 2023.

Copyright © SENASIF 2026

ISSN: 2598-0076

[14] N. M. E. Putri and S. Andarini, “Pengaruh self control dan financial attitude terhadap financial management behavior pengguna layanan buy now pay later.,” *J. Ekon. Akunt. Dan Manaj.*, vol. 21, no. 1, pp. 60–74, 2022.

[15] D. Paramitha, “Dampak Penggunaan Paylater Terhadap Minat Dan Gaya Hidup Karyawan PT Tripatra.,” *Transform. J. Econ. Bus. Manag.*, vol. 4, no. 1, pp. 41–54, 2025.

[16] A. Wiraraja, “Pengguna PayLater di 2025 capai 30 juta orang dengan total nilai transaksi USD 8,84 miliar.,” Enciety.co.

[17] S. Al Dhuha, O. R. Setiawati, S. M. P. Lestari, and P. Rukmono, “Kontrol Diri dengan Motivasi Belajar SMA Negeri 1,” *J. Ilm. Kesehat. Sandi Husada*, vol. 9, no. 1, pp. 190-196., 2020.

[18] A. N. E. Saputra and A. Wijayanto, “PayLater dan Konsumsi Impulsif Generasi Z di Era Digital: Peran Motivasi Hedonis, Literasi Keuangan dan Kontrol Dir=LOP;[],” in *Bookchapter Manajemen Keuangan*, vol. 2, 2026, pp. 80-106.

[19] M. Muraven and R. F. Baumeister, “Self-regulation and depletion of limited resources: Does self-control resemble a muscle?,” *Psychol. Bull.*, vol. 126, no. 2, pp. 247–259., 2000, doi: https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.2.247.

[20] A. Salma and S. R. Nio, “Hubungan Antara self control dengan Perilaku Konsumtif Pengguna Shoppe Paylatter pada Dewasa Awal di Kota Padang,” *CAUSALITA CV. Causalita Dyn. Solut.*, vol. 2, no. 1, pp. 163–168, 2024.

[21] P. N. Amelia, P. A. Fidiansa, and C. S. Risa, “Fenomena penggunaan paylater di kalangan mahasiswa.,” in *In Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 2023, pp. 176–187.

[22] Y. W. Nugrahanti, M. R. Rita, M. M. D. Restuti, and M. A. Hadiluwarso, *Perilaku keuangan mahasiswa dalam penggunaan paylater: Beli sekarang-bayar nanti*. Penerbit NEM., 2024.

[23] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Jakarta: Rineka Cipta, 2021.

[24] Sugiyono, *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Bandung: Alfabeta, 2019.

[25] Lina and H. F. Rosyid, “Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri,” *Psikologika J. Pemikir. dan Penelit. Psikol.*, vol. 2, no. 4, pp. 5–14, 1997, doi: https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1.

[26] J. R. Averill, “Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. Department of Psycology. University of Massachusetts, Amberst, MA,” 1973.

[27] R. F. Baumeister, K. D. Vohs, and D. M. Tice, “The strength model of self-control.,” *Curr. Dir. Psychol. Sci.*, vol. 16, no. 6, pp. 351–355, 2007.

[28] T. R. Pebrina and B. Burhanudin, “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Financial Technology (Fintech), dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Paylater di Universitas Mataram,” *Inisiat. J. Ekon. Akunt. dan Manaj.*, vol. 5, no. 2, pp. 571-591., 2026.

[29] A. N. E. Saputra and A. Wijayanto, “PayLater dan Konsumsi Impulsif Generasi Z di Era Digital: Peran Motivasi Hedonis, Literasi Keuangan dan Kontrol Diri. Bookchapter Manajemen Keuangan,” in *Book Chapter Manajemen Keuangan*, vol. 2, 2026, pp. 80-106.

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076

[30] S. Habiba, S. Sissah, and E. S. Siregar, “Analisis penggunaan fitur shopee PayLater dalam perspektif mahasiswa perbankan syariah febi uin sts jambi.,” *J. Akad. Ekon. Dan Manaj.*, vol. 1, no. 3, pp. 170-184., 2024.

[31] A. Resa, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Paylater Di Kota Padang,” Universitas Dharma Andalas, 2026.

[32] R. Fuadi and D. Supraba, “Kontrol diri pada perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur Shopee Pay Later,” *J. Indones. Psychol. Sci.*, vol. 3, no. 2, pp. 385–397, 2023.

[33] F. H. Annafila and L. Zuhroh, “Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Raden Rahmat Malang.,” *Psikodinamika J. Literasi Psikol.*, 2022.

[34] N. L. T. Putri, R. M. Bakar, and A. N. Hamid, “Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop,” *J. Pendidikan, Sos. dan Hum.*, vol. 2, no. 5, pp. 868–874, 2023.

[35] R. I. Riefthia, N. K. Sari, and I. C. A. Putra, “Faktor penentu keputusan pembelian dalam sistem pembayaran berbasis fintech ditinjau berdasarkan prospect theory,” *Jae (Jurnal Akunt. Dan Ekon.*, vol. 10, no. 1, pp. 144–161, 2025.

[36] G. Rahmawati and E. Mirati, “Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater pada generasi milenial,” *J. Multidisiplin Madani*, vol. 2, no. 5, pp. 2415–2430, 2022.

[37] I. Julita, E., B and H. Yustati, “Pengaruh Penggunaan Shopee Paylatter Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim,” *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 8, no. 3, pp. 2953–2957., 2022, doi: https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775.

Copyright © SENASIF 2026
ISSN: 2598-0076