



Jebakan Paylater Era Flexing: Studi Integratif TPB terhadap Literasi Keuangan Digital, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Konsumtif Gen Z di Kota Bandung

Ayu Endah Komalasari¹, Habil Firmansyah²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Ekuitas Indonesia, Bandung, Indonesia

ayuendahkomalasari@gmail.com

Abstrak

Fenomena PayLater sebagai inovasi Financial Technology (FinTech) telah memicu peningkatan perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z (Gen Z) di Indonesia, dengan nilai utang mencapai Rp29,59 triliun pada tahun 2024, terutama di kota-kota besar seperti Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Theory of Planned Behavior (TPB) terhadap literasi keuangan digital, kontrol diri, dan gaya hidup konsumtif dalam perilaku penggunaan PayLater pada Gen Z. Studi ini berupaya mengintegrasikan aspek kognitif, psikologis, dan sosial guna mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya yang cenderung menyoroti faktor ekonomi tanpa mempertimbangkan perilaku dan kontrol individu. Hipotesis utama menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan PayLater, kontrol diri berpengaruh terhadap perceived behavioral control (PBC), serta gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap norma subjektif (SN). Penelitian menggunakan metode kuantitatif eksplanatori dengan teknik survei daring yang melibatkan 300 responden Gen Z di Kota Bandung, menggunakan purposive sampling dan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Squares (PLS-SEM). Hasil penelitian diharapkan menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari ketiga variabel terhadap perilaku penggunaan PayLater, sekaligus memberikan rekomendasi kebijakan strategis untuk mengurangi risiko utang konsumtif dan meningkatkan literasi keuangan digital. Temuan ini juga diharapkan mendukung implementasi Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030 yang menekankan keseimbangan antara inovasi keuangan digital dan inklusi keuangan berkelanjutan.

Kata kunci: Theory Of Planned Behavior (TPB), Literasi Keuangan Digital, Kontrol Diri, Gaya Hidup Konsumtif, Generasi Z, PayLater

1. Latar Belakang

Fenomena PayLater sebagai bagian dari inovasi FinTech telah menjadi tren utama di kalangan Generasi Z (Gen Z), yang menawarkan kemudahan pembelian instan melalui cicilan tanpa bunga awal, tetapi juga meningkatkan risiko perilaku konsumtif dan ketidakmerataan literasi keuangan. Di Indonesia, nilai utang PayLater mencapai Rp29,59 triliun pada April 2024, dengan Gen Z dan Milenial sebagai pengguna dominan, di mana lebih dari separuh pengguna berusia di bawah 30 tahun (Otoritas Jasa Keuangan, 2024; Tempo.co, 2025). Studi global dari Osman et al. (2024), yang diterbitkan di Journal of Consumer Research, menunjukkan bahwa Gen Z rentan terhadap pembelian impulsif akibat kemudahan akses PayLater, yang dapat memicu kesulitan keuangan jangka panjang karena literasi keuangan rendah dan pengaruh algoritma platform digital. Data Bank Indonesia (2025) melalui Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP) juga mencatat peningkatan transaksi digital sebesar 29,14% di sektor FinTech peer-to-peer lending, sejalan dengan Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030, namun hal ini menimbulkan tantangan seperti peningkatan utang impulsif yang dapat mengancam stabilitas ekonomi nasional. Di Kota Bandung, sebagai pusat pendidikan tinggi dengan populasi Gen Z yang besar, adopsi PayLater untuk konsumsi non-esensial seperti fashion dan gadget semakin menonjol, memperkuat kebutuhan analisis mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi perilaku ini (Deany Fitri & Handari Adji, 2024; KataData, 2025).

Literasi keuangan digital muncul sebagai variabel kunci dalam memengaruhi perilaku penggunaan PayLater, di mana kemampuan individu untuk memahami risiko dan manfaat teknologi keuangan digital dapat mencegah pengelolaan utang yang buruk. Penelitian Lusardi dan Mitchell (2014), yang diterbitkan di Journal of Economic Literature jurnal internasional bereputasi menunjukkan bahwa literasi keuangan yang rendah berkorelasi dengan

Jebakan Paylater Era Flexing: Studi Integratif TPB terhadap Literasi Keuangan Digital, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Konsumtif Gen Z di Kota Bandung

peningkatan utang impulsif di kalangan pemuda, dengan implikasi serupa pada konteks digital seperti PayLater. Di Indonesia, Ainiyah dan Yuliana (2022) menemukan bahwa literasi keuangan digital mendukung adopsi teknologi FinTech yang bertanggung jawab, meskipun tingkatnya masih rendah di kalangan Gen Z, sekitar 40–50% (Mariyani & Risanta, 2025). Studi ini menekankan bahwa peningkatan literasi melalui pendidikan formal dapat membentuk sikap positif terhadap penggunaan kredit digital, sebagaimana didukung oleh Technology Acceptance Model (Davis, 1989), yang menjelaskan persepsi kegunaan sebagai pendorong adopsi teknologi.

Kontrol diri sebagai variabel psikologis memainkan peran penting dalam memitigasi penggunaan berlebih PayLater, terutama di kalangan Gen Z yang rentan terhadap impulsivitas. Menurut Baumeister et al. (2007), dalam Journal of Personality and Social Psychology salah satu jurnal internasional terkemuka teori self-regulation menjelaskan bahwa kontrol diri yang lemah dapat menyebabkan kegagalan dalam menahan dorongan konsumtif, yang diperburuk oleh akses mudah ke layanan kredit digital. Penelitian Elda Hasya et al. (2023) di Indonesia mengonfirmasi hal ini, menemukan bahwa Gen Z di kota-kota besar seperti Bandung cenderung mengalami stres finansial akibat kurangnya kontrol diri, yang memoderasi hubungan antara tekanan eksternal dan perilaku utang. Dengan demikian, kontrol diri tidak hanya membantu mencegah pembelian impulsif tetapi juga memperkuat kemampuan individu untuk merencanakan keuangan jangka panjang, sejalan dengan prinsip Kontrol Perilaku yang Dirasakan dalam Theory of Planned Behavior (Ajzen 1991, n.d.).

Gaya hidup konsumtif, sebagai faktor sosial dan budaya, semakin memperburuk perilaku penggunaan PayLater di kalangan Gen Z, terutama di era media sosial yang mempromosikan konsumsi berlebih. Veblen (1899/2007), dalam teori conspicuous consumption yang dikemukakan dalam The Theory of the Leisure Class, menganalisis bagaimana tekanan sosial mendorong pembelian untuk status sosial, yang relevan dengan temuan Oktaviani (2024) di Indonesia bahwa gaya hidup konsumtif berkorelasi positif dengan penggunaan kredit digital di kalangan mahasiswa. Studi internasional (Pratiwi & Ariffin, 2023) yang mengadopsi pendekatan hedonisme digital, menunjukkan bahwa paparan konten media sosial dapat memperkuat Norma Subjektif untuk mengonsumsi secara impulsif, sehingga meningkatkan risiko utang. Di Bandung, fenomena ini diperparah oleh tren digital, di mana Gen Z sering menggunakan PayLater untuk barang non-esensial, menimbulkan akumulasi utang dan penurunan skor kredit (Halim et al., 2024).

Penelitian ini mengintegrasikan literasi keuangan digital, kontrol diri, dan gaya hidup konsumtif dalam kerangka Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) untuk menganalisis perilaku PayLater pada Gen Z di Bandung, mengisi research gap dari studi sebelumnya yang cenderung menganalisis variabel secara terpisah. Secara spesifik, studi ini memproyeksikan bagaimana Gaya Hidup Konsumtif membentuk Sikap dan Norma Subjektif terhadap penggunaan PayLater, sementara Literasi Keuangan Digital dan Kontrol Diri memengaruhi Kontrol Perilaku yang Dirasakan dalam mengambil keputusan utang digital. Meskipun Hafidah dan Nurdin (2022) telah menyoroti pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan utang, serta Ardiansari et al. (2025) yang memproyeksikan pertumbuhan pasar PayLater, integrasi komprehensif ini diperlukan untuk menyusun rekomendasi kebijakan empiris. Tujuan penelitian meliputi identifikasi tingkat literasi keuangan digital, pengukuran peran kontrol diri, eksplorasi dampak gaya hidup konsumtif, dan pengembangan model prediktif untuk mendukung regulasi Otoritas Jasa Keuangan. Temuan diharapkan berkontribusi pada stabilitas keuangan nasional, sejalan dengan Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030 (Bank Indonesia, 2024).

2. Literature Review

Teori Dasar: *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behavior (TPB) oleh Ajzen (1991) merupakan kerangka utama untuk memprediksi perilaku, termasuk di bidang keuangan digital, dengan determinan utama seperti sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioral Control/PBC*). Meta-analisis Armitage dan Conner (2001) menunjukkan TPB menjelaskan 39% variasi intensi perilaku, dan aplikasinya di FinTech, seperti pada PayLater, mengonfirmasi peran tekanan sosial dan PBC dalam motivasi penggunaan (Fatmawati & Suwardi, 2024). Namun, TPB sering dikritik karena kurang mengintegrasikan faktor eksternal yang bersifat disposisional, seperti literasi keuangan dan gaya hidup, yang penting untuk mengatasi risiko impulsif dan ketidakrasionalan penggunaan PayLater (Ajzen, 2011).

Literasi Keuangan Digital dan Sikap terhadap PayLater

Literasi keuangan digital, yang mencakup pengetahuan tentang risiko teknologi keuangan (Lusardi & Mitchell, 2014), memengaruhi sikap terhadap PayLater dalam kerangka TPB, sejalan dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* Davis (1989). Di Indonesia, Amalia dan Firmaly (2024) menemukan bahwa literasi rendah meningkatkan pembelian impulsif pada Gen Z, meskipun studi di Bandung menunjukkan tingkat moderat (Deany Fitri & Handari

Adji, 2024). Literasi yang memadai membantu pengguna mengurangi bias kognitif dan mendorong keputusan rasional, membentuk sikap positif yang didasarkan pada pemahaman risiko.

Kontrol Diri dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan (PBC)

Kontrol diri, berdasarkan *Self-Regulation Theory* (Baumeister et al., 2007), berfungsi sebagai antecedent dari *Perceived Behavioral Control* (PBC) dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). PBC menggambarkan sejauh mana individu merasa mampu mengendalikan perilakunya, mencerminkan persepsi atas kemudahan atau kesulitan dalam melakukan tindakan tertentu. Dalam konteks penggunaan *PayLater*, PBC mencakup keyakinan individu terhadap kemampuannya mengatur pembelian, mengendalikan utang, dan memenuhi kewajiban finansial tepat waktu. Individu dengan kontrol diri tinggi memiliki PBC yang lebih kuat karena mereka merasa lebih mampu mengelola perilaku konsumtif dan risiko keuangan (Pangesti et al., 2025).

Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup konsumtif, yang berasal dari teori *conspicuous consumption* Veblen (1899/2007), memperkuat Norma Subjektif dalam TPB. Tekanan sosial digital yang mempromosikan konsumsi berlebihan mendorong Gen Z untuk membeli demi status, yang dikonfirmasi oleh studi lokal yang menunjukkan korelasi positif dengan penggunaan kredit digital (Halim et al., 2024; Oktaviani, 2024).

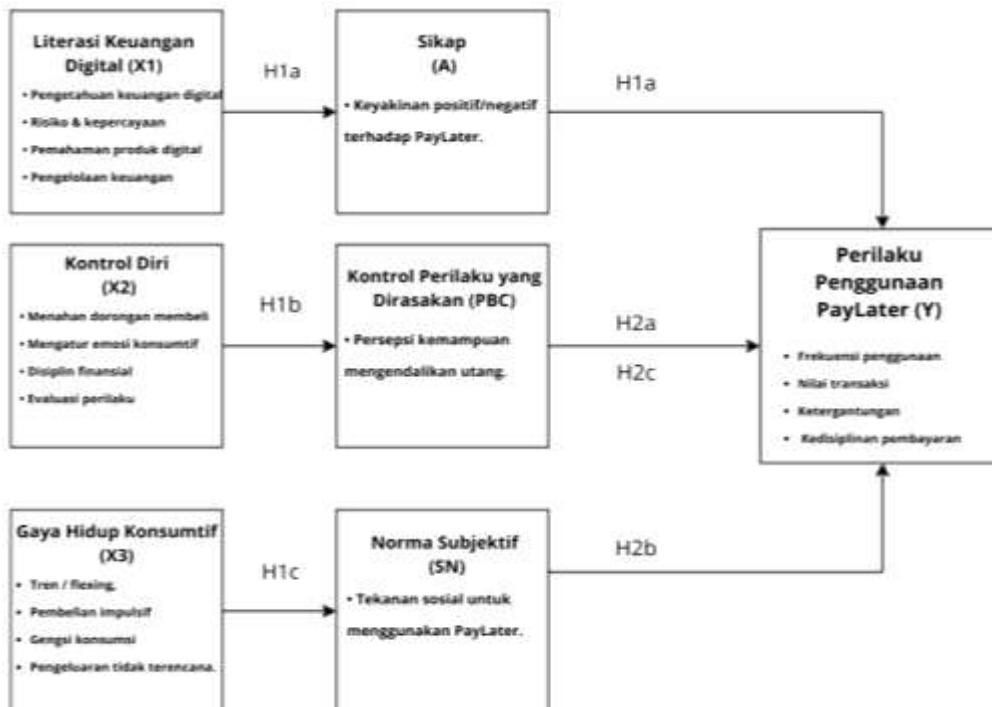
Integrasi Model dan Research Gap

Integrasi TPB dengan literasi keuangan digital dan *Self-Regulation Theory* menciptakan model konseptual yang lebih holistik. Namun, penelitian di Indonesia cenderung bersifat parsial (Ainiyah & Yuliana, 2022) tanpa menguji keterkaitan variabel-variabel tersebut secara simultan.

Research gap muncul karena masih sedikit penelitian yang menguji model ekstensi TPB menggunakan metode PLS-SEM pada Gen Z di Bandung, di mana tingkat adopsi *FinTech* tinggi tetapi literasi keuangan masih moderat (KataData, 2024). Temuan diharapkan memberi implikasi kebijakan untuk mitigasi risiko utang di kalangan Gen Z, sejalan dengan regulasi OJK.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian Anda menunjukkan bahwa variabel eksogen (X1, X2, X3) memengaruhi variabel endogen (A, SN, PBC), dan variabel endogen ini pada akhirnya memengaruhi variabel perilaku (Y).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis Penelitian

- H_{1a} : Literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan *PayLater* pada Gen Z di Kota Bandung.
- H_{1b} : Kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap kontrol perilaku yang dirasakan (PBC) dalam penggunaan *PayLater* pada Gen Z di Kota Bandung.
- H_{1c} : Gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap norma subjektif (SN) dalam penggunaan *PayLater* pada Gen Z di Kota Bandung.
- H_{2a}: Sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan *PayLater* pada Gen Z di Kota Bandung.
- H_{2b} : Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan *PayLater* pada Gen Z di Kota Bandung.
- H_{2c} : Kontrol perilaku yang dirasakan (PBC) berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan *PayLater* pada Gen Z di Kota Bandung.

2. Metode Penelitian

Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini berfokus pada hubungan kausal antara variabel eksogen, yaitu Literasi Keuangan Digital (X1), Kontrol Diri (X2), dan Gaya Hidup Konsumtif (X3), dengan Perilaku Penggunaan PayLater (Y). Hubungan ini dianalisis melalui peran mediasi dari tiga komponen Theory of Planned Behavior (TPB), yaitu Sikap (A), Norma Subjektif (SN), dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan (PBC). Subjek penelitian adalah Generasi Z (Gen Z) yang aktif menggunakan layanan PayLater di wilayah Kota Bandung. Populasi ditentukan berdasarkan kriteria usia (18-27 tahun) dan status sebagai pengguna aktif PayLater di wilayah studi, dipilih karena relevansinya dengan tren utang digital dan fenomena flexing yang menonjol di kalangan Gen Z.

Metode Penelitian, Populasi, dan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori (kausal), bertujuan untuk menguji dan menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel laten berdasarkan model yang diintegrasikan. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah Non-Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria spesifik: Gen Z, berdomisili di Kota Bandung, dan aktif menggunakan PayLater. Untuk menjamin kekuatan statistik dalam analisis dengan , ditetapkan target minimal 300 responden, yang dinilai sangat memadai dan melebihi persyaratan statistik minimum (Hair et al., 2024).

Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui Survei Daring menggunakan instrumen berupa Kuesioner Terstruktur. Kuesioner ini didistribusikan secara online untuk mencapai populasi Gen Z di Bandung secara efisien. Jawaban responden diukur menggunakan Skala Likert 5 poin, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju/STS) hingga 5 (Sangat Setuju/SS), untuk mengukur persepsi, sikap, dan perilaku. Kuesioner dirancang dengan item-item pertanyaan yang disesuaikan dengan indikator setiap variabel untuk memastikan validitas konten.

Tabel 1. Variabel, Notasi, Dimensi/Indikator, dan Sumber Teori Utama

Variabel	Notasi	Dimensi / Indikator	Sumber Teori Utama
Literasi Keuangan Digital	X ₁	Pengetahuan keuangan digital, Risiko dan kepercayaan, Pemahaman produk digital, Pengelolaan keuangan	Lusardi & Mitchell (2014); Ainiyah & Yuliana (2022)
Kontrol Diri	X ₂	Kemampuan menahan dorongan membeli, Mengatur emosi konsumtif, Disiplin dalam finansial, Evaluasi perilaku	Baumeister et al. (2007); Elda Hasya et al. (2023)
Gaya Hidup Konsumtif	X ₃	Tren atau <i>flexing</i> , Pembelian impulsif, Gengsi dalam konsumsi, Pengeluaran yang tidak terencana	Veblen (1899/2007); Oktaviani (2024)
Sikap	A	Keyakinan positif atau negatif terhadap risiko dan manfaat penggunaan PayLater	Ajzen (1991); Fatmawati & Suwardi (2024)

Norma Subjektif	SN	Persepsi terhadap tekanan sosial dan lingkungan dalam penggunaan PayLater	Ajzen (1991); Pratiwi & Ariffin (2023)
Kontrol Perilaku yang Dirasakan	PBC	Persepsi kemampuan individu dalam mengelola utang serta memenuhi kewajiban pembayaran PayLater	Ajzen (1991); Pangesti et al. (2025)
Perilaku Penggunaan PayLater	Y	Frekuensi penggunaan, Nilai transaksi, Tingkat ketergantungan, dan Kedisiplinan dalam pembayaran	Dikembangkan untuk konteks penggunaan PayLater

Uji Instrumen Penelitian

Untuk menjamin keakuratan dan konsistensi data, dilakukan Uji Coba (Try Out) instrumen sebelum penyebaran kepada sampel utama. Uji instrumen meliputi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Validitas dalam PLS-SEM diuji melalui Outer Loadings, Average Variance Extracted (AVE), dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT), sementara Reliabilitas diuji melalui Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Inferensial melalui Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Squares (PLS-SEM), dibantu oleh perangkat lunak SmartPLS. Analisis mencakup evaluasi model pengukuran (Outer Model) dan pengujian hipotesis pada model struktural (Inner Model). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik Bootstrapping untuk menentukan signifikansi jalur, (daya prediksi), dan yang terpenting, pengujian Efek Mediasi (Efek Tidak Langsung) untuk menguji model integratif secara keseluruhan.

3. Hasil dan Diskusi

Gambaran Umum Responden

Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan status pekerjaan/pendidikan, sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Usia (Kriteria Gen Z)	18-20 tahun	25	8,30
	21-24 tahun	231	76,70
	25-28 tahun	45	15,00
	Total	300	100,00
Jenis Kelamin	Laki-laki	127	42,20
	Perempuan	173	57,80
	Total	300	100,00
Pekerjaan/Pendidikan	Pelajar/ Mahasiswa	168	55,80
	Bekerja	132	44,20
	Total	300	100,00

Distribusi responden didominasi oleh kelompok usia Gen Z (23-27 tahun), yang mencakup 76,70% dari total sampel. Dominasi ini konsisten dengan literatur yang menyebutkan bahwa kelompok usia ini merupakan segmen pengguna *FinTech* dan layanan *PayLater* yang paling aktif. Mayoritas responden adalah perempuan 57,80% menunjukkan bahwa Gen Z perempuan di Kota Bandung mungkin lebih rentan atau lebih aktif dalam perilaku konsumtif dan penggunaan *PayLater* sebagai alat pembayaran. Dari sisi status pekerjaan, kelompok Pelajar/Mahasiswa 55,80% menjadi mayoritas, yang menjelaskan mengapa isu literasi keuangan digital dan kontrol diri sangat relevan, karena kelompok ini umumnya memiliki pendapatan yang belum stabil atau mengandalkan uang saku/kiriman.

Deskripsi Variabel Penelitian

Studi ini mengintegrasikan Theory of Planned Behavior (TPB) dengan variabel tambahan untuk menganalisis perilaku penggunaan PayLater di kalangan Generasi Z (Gen Z) di Kota Bandung. Variabel penelitian terdiri dari variabel eksogen (Literasi Keuangan Digital, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Konsumtif), variabel mediasi (Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control/PBC), serta variabel endogen utama (Perilaku Penggunaan PayLater). Deskripsi berikut mencakup definisi operasional, dimensi/indikator, sumber teori, dan hasil olah data PLS-SEM pada 300 responden.

- a. Literasi Keuangan Digital (X1)
Tingkat pengetahuan dan kemampuan mengelola aspek keuangan digital, termasuk risiko dan produk. Prediktor sikap ($\beta = 0,960$, $p < 0,05$).
Dimensi/Indikator: Pengetahuan keuangan digital (0,915), Risiko & kepercayaan (0,897), Pemahaman produk digital (0,918), Pengelolaan keuangan (0,708).
Sumber: Lusardi & Mitchell (2014); Ainiyah & Yuliana (2022).
Hasil Olah Data: Cronbach's Alpha = 0,885; CR = 0,921; AVE = 0,747.
- b. Kontrol Diri (X2)
Kemampuan psikologis menahan impuls dan mengatur emosi konsumtif. Pengaruh pada PBC ($\beta = 0,944$, $p < 0,05$).
Dimensi/Indikator: Menahan dorongan membeli (0,777), Mengatur emosi konsumtif (0,869), Disiplin finansial (0,920), Evaluasi perilaku (0,906).
Sumber: Baumeister et al. (2007); Elda Hasya et al. (2023).
Hasil Olah Data: Cronbach's Alpha = 0,891; CR = 0,925; AVE = 0,756.
- c. Gaya Hidup Konsumtif (X3)
Pola perilaku konsumsi berlebihan dipengaruhi tren sosial. Pengaruh pada norma subjektif ($\beta = 0,922$, $p < 0,05$).
Dimensi/Indikator: Tren/flexing (0,874), Pembelian impulsif (0,746), Gengsi konsumsi (0,866), Pengeluaran tidak terencana (0,844).
Sumber: Veblen (1899/2007); Oktaviani (2024).
Hasil Olah Data: Cronbach's Alpha = 0,854; CR = 0,901; AVE = 0,696.
- d. Sikap (A)
Evaluasi positif/negatif terhadap risiko dan manfaat PayLater. Pengaruh pada perilaku ($\beta = 0,023$, $p < 0,05$); $R^2 = 0,922$.
Dimensi/Indikator: Keyakinan positif terhadap manfaat (0,928), Keyakinan negatif terhadap risiko (0,923).
Hasil Olah Data: Cronbach's Alpha = 0,832; CR = 0,923; AVE = 0,856.
- e. Norma Subjektif (SN)
Persepsi tekanan sosial untuk menggunakan PayLater. Pengaruh pada perilaku ($\beta = 0,487$, $p < 0,05$); $R^2 = 0,850$.
Dimensi/Indikator: Tekanan dari teman sebaya (0,893), Tekanan dari lingkungan sosial (0,899).
Hasil Olah Data: Cronbach's Alpha = 0,754; CR = 0,890; AVE = 0,802.
- f. Kontrol Perilaku yang Dirasakan (PBC)
Persepsi kemampuan mengelola utang PayLater. Pengaruh pada perilaku ($\beta = -0,233$, $p < 0,05$); $R^2 = 0,891$.
Dimensi/Indikator: Kemampuan mengelola utang (0,857), Kemampuan memenuhi kewajiban (0,910).
Hasil Olah Data: Cronbach's Alpha = 0,722; CR = 0,877; AVE = 0,781.
- g. Perilaku Penggunaan PayLater (Y)
Tindakan aktual menggunakan PayLater, termasuk frekuensi dan kedisiplinan. $R^2 = 0,411$.
Dimensi/Indikator: Frekuensi penggunaan (0,882), Nilai transaksi (0,873), Ketergantungan (0,884).
Hasil Olah Data: Cronbach's Alpha = 0,856; CR = 0,911; AVE = 0,774.

Variabel ini diukur dengan skala Likert 5 poin, memiliki validitas konvergen (outer loadings $> 0,70$) dan validitas diskriminan memadai (HTMT $< 0,90$ untuk sebagian besar). Model PLS-SEM menunjukkan integrasi TPB efektif menjelaskan perilaku PayLater. Data dari 300 responden Gen Z di Bandung via survei daring.

Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Tabel 3. Uji Validitas Konvergen

Indikator	Gaya Hidup Konsumentif (X3)	Kontrol Diri (X2)	Literasi Keuangan Digital (X1)	Norma Subjektif (SN)	Penggunaan PayLater (Y)	Perceived Behavioral Control (PBC)	Sikap (A)
A.1							0,928
A.2							0,923
PBC.1						0,857	
PBC.2						0,910	
SN.1				0,893			
SN.2				0,899			
X1.1			0,915				
X1.2			0,897				
X1.3			0,918				
X1.4			0,708				
X2.1		0,777					
X2.2		0,869					
X2.3		0,920					
X2.4		0,906					
X3.1	0,874						
X3.2	0,746						
X3.3	0,866						
X3.4	0,844						
Y.1					0,882		
Y.2					0,873		
Y.3					0,884		

1. Variabel Literasi Keuangan Digital (X1)

Variabel ini diukur melalui empat indikator (X1.1 hingga X1.4), dengan nilai outer loading berkisar antara 0,708 dan 0,918. Semua indikator ini memenuhi kriteria validitas karena nilainya di atas 0,70. Indikator X1.3 menonjol dengan nilai tertinggi (0,918), yang menunjukkan perannya yang kuat dalam menggambarkan literasi keuangan digital mahasiswa. Sementara itu, X1.4 memiliki nilai terendah (0,708), tetapi masih dapat diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman mahasiswa tentang produk keuangan digital dan pengelolaan keuangan secara keseluruhan berkontribusi positif terhadap literasi mereka di bidang ini.

2. Variabel Kontrol Diri (X2)

Dengan empat indikator (X2.1 sampai X2.4), nilai outer loading variabel ini berada di rentang 0,777 hingga 0,920. Keseluruhan indikator menunjukkan validitas yang baik dan korelasi yang erat dengan konstruk kontrol diri. Indikator X2.3 mencatat nilai tertinggi (0,920), yang menggarisbawahi pentingnya kemampuan menahan dorongan membeli sebagai elemen utama dalam kontrol diri responden.

3. Variabel Gaya Hidup Konsumentif (X3)

Variabel ini terdiri dari empat indikator (X3.1 hingga X3.4), dengan nilai outer loading antara 0,746 dan 0,874. Indikator X3.1 memiliki nilai tertinggi (0,874), sedangkan X3.2 yang terendah (0,746) masih memenuhi standar. Temuan ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut efektif dalam mengukur kebiasaan konsumtif mahasiswa, memberikan gambaran yang akurat tentang perilaku mereka.

4. Variabel Norma Subjektif (SN)

Variabel ini diwakili oleh dua indikator dengan nilai outer loading masing-masing 0,893 dan 0,899. Kedua nilai ini menunjukkan validitas yang sangat kuat, yang berarti pengaruh dari lingkungan

sosial seperti teman, keluarga, dan orang terdekat memainkan peran signifikan dalam membentuk persepsi mahasiswa mengenai penggunaan Paylater.

5. Variabel Perceived Behavioral Control (PBC)

Dengan dua indikator, nilai outer loading-nya adalah 0,857 dan 0,910. Hasil ini menegaskan bahwa indikator-indikator tersebut mampu mengukur dengan baik persepsi mahasiswa tentang kemudahan dan kontrol mereka terhadap perilaku penggunaan Paylater.

6. Variabel Sikap (A)

Variabel ini memiliki dua indikator (A.1 dan A.2) dengan nilai outer loading 0,928 dan 0,923. Nilai-nilai tinggi ini menandakan bahwa sikap positif mahasiswa terhadap Paylater tercermin secara konsisten dan kuat melalui indikator yang digunakan.

7. Variabel Penggunaan Paylater (Y)

Terdiri dari tiga indikator (Y.1 hingga Y.3), nilai outer loading-nya berkisar dari 0,873 hingga 0,884. Semua indikator valid, yang menunjukkan bahwa item-item pertanyaan tersebut berhasil menangkap aspek-aspek utama dari perilaku aktual mahasiswa dalam menggunakan Paylater.

Dari analisis yang dilakukan, seluruh nilai *outer loading* melebihi 0,70, sehingga semua indikator dinyatakan valid secara konvergen. Tidak ada indikator yang perlu dikeluarkan dari model. Dengan demikian, analisis dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu evaluasi reliabilitas melalui *Composite Reliability* dan *Average Variance Extracted*.

Uji Reabilitas

Tabel 4. Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Gaya Hidup Konsumtif (X3)	0,854	0,870	0,901	0,696
Kontrol Diri (X2)	0,891	0,896	0,925	0,756
Literasi Keuangan Digital (X1)	0,885	0,916	0,921	0,747
Norma Subjektif	0,754	0,754	0,890	0,802
Penggunaan Paylater (Y)	0,856	0,875	0,911	0,774
Perceived Behavioral Control (Pbc)	0,722	0,746	0,877	0,781
Sikap (A)	0,832	0,833	0,923	0,856

1. Gaya Hidup Konsumtif (X3)

Dengan Cronbach's Alpha 0,854, CR 0,901, dan AVE 0,696, variabel ini menunjukkan reliabilitas dan validitas yang solid. Indikator-indikatornya secara konsisten menggambarkan kecenderungan konsumtif responden, tanpa ada masalah dalam pengukuran.

2. Kontrol Diri (X2)

Nilai Cronbach's Alpha 0,891, CR 0,925, dan AVE 0,756 menegaskan bahwa konstruk ini sangat andal. Hal ini berarti indikator-indikator kontrol diri responden saling mendukung dengan baik, memberikan gambaran yang akurat tentang kemampuan mereka mengelola impuls.

3. Literasi Keuangan Digital (X1)

Memiliki Cronbach's Alpha 0,885, CR 0,921, dan AVE 0,747, yang menunjukkan konsistensi internal yang kuat. Indikator-indikator literasi keuangan digital ini efektif dalam menangkap pemahaman responden tentang aspek keuangan digital.

4. Norma Subjektif (SN)

Meskipun hanya memiliki dua indikator, nilai Cronbach's Alpha 0,754, CR 0,890, dan AVE 0,802 cukup tinggi untuk menunjukkan reliabilitas dan validitas yang baik. Ini mencerminkan bagaimana norma sosial dari lingkungan responden memengaruhi persepsi mereka.

5. Penggunaan Paylater (Y)

Dengan Cronbach's Alpha 0,856, CR 0,911, dan AVE 0,774, konstruk ini reliabel dan valid. Indikator-indikatornya berhasil menjelaskan perilaku penggunaan Paylater secara konsisten, memberikan wawasan yang jelas tentang frekuensi dan intensitasnya.

6. Perceived Behavioral Control (PBC)

Nilai Cronbach's Alpha 0,722, CR 0,877, dan AVE 0,781 menunjukkan reliabilitas yang cukup, meskipun alpha-nya sedikit di bawah ambang batas. Namun, CR dan AVE yang tinggi memastikan bahwa konstruk ini tetap valid dan dapat diandalkan untuk mengukur persepsi kontrol perilaku responden.

7. Sikap (A)

Memiliki Cronbach's Alpha 0,832, CR 0,923, dan AVE 0,856, yang menandakan reliabilitas dan validitas konvergen yang sangat baik. Indikator sikap ini secara konsisten mencerminkan pandangan positif atau negatif responden terhadap penggunaan Paylater.

Dari hasil evaluasi ini, semua variabel menunjukkan Composite Reliability di atas 0,70 dan AVE di atas 0,50, yang berarti seluruh konstruk reliabel dan valid secara konvergen. Tidak ada variabel yang perlu direvisi atau dihapus, sehingga model pengukuran siap untuk analisis selanjutnya.

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 5. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Gaya Hidup Konsumtif (X3)	Kontrol Diri (X2)	Literasi Keuangan Digital (X1)	Norma Subjektif	Penggunaan Paylater	Perceived Behavioral Control (Pbc)	Sikap (A)
Gaya Hidup Konsumtif (X3)							
Kontrol Diri (X2)	0,720						
Literasi Keuangan Digital (X1)	0,157	0,354					
Norma Subjektif	1,132	0,760	0,168				
Penggunaan Paylater	0,764	0,631	0,135	0,746			
Perceived Behavioral Control (Pbc)	0,697	1,159	0,434	0,733	0,606		
Sikap (A)	0,162	0,380	1,097	0,195	0,161	0,470	

Dari hasil pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) yang tercantum dalam tabel tersebut, terlihat bahwa mayoritas nilai korelasi antar konstruk berada di bawah ambang 0,90. Ini menggambarkan bahwa masing-masing variabel memiliki batasan yang tegas dan tidak mengalami masalah multikolinearitas atau penggabungan konsep yang berlebihan di antara konstruk-konstruk tersebut.

Nilai HTMT yang paling rendah muncul pada hubungan antara Literasi Keuangan Digital dan Penggunaan Paylater (0,135), yang menandai keterkaitan antar konstruk yang sangat minim. Sebaliknya, nilai tertinggi tercatat pada pasangan Kontrol Diri dan Perceived Behavioral Control (1,159), yang mengisyaratkan keterkaitan yang sangat erat dan kemungkinan adanya pengulangan konseptual. Secara keseluruhan, semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan validitas diskriminan yang memadai, meskipun ada beberapa pasangan konstruk dengan nilai HTMT melebihi 0,90, yakni:

- 1) Gaya Hidup Konsumtif dengan Norma Subjektif (1,132),
- 2) Kontrol Diri dengan Perceived Behavioral Control (1,159),
- 3) Literasi Keuangan Digital dengan Sikap (1,097).

Namun, mengingat sebagian besar nilai HTMT sudah sesuai dengan kriteria di bawah 0,90, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model pengukuran secara menyeluruh memenuhi standar validitas diskriminan dan siap untuk diteruskan ke tahap evaluasi model struktural atau inner model.

Hasil Analisis Model Struktural (Inner Model) dan Pengujian Hipotesis Evaluasi Goodness-of-Fit Model

Tabel 6. R square

	R Square	R Square Adjusted
Norma Subjektif	0,850	0,849
Penggunaan Paylater	0,411	0,405
Perceived Behavioral Control (Pbc)	0,891	0,890
Sikap (A)	0,922	0,922

1. Norma Subjektif ($R^2 = 0,850$)

Dengan nilai R-Square mencapai 0,850, ini berarti sekitar 85% dari variasi dalam Norma Subjektif dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang ada di dalam model, seperti Gaya Hidup Konsumtif, Literasi Keuangan Digital, dan Kontrol Diri. Sisanya, yakni 15%, kemungkinan dipengaruhi oleh elemen di luar model ini. Angka ini menunjukkan kekuatan penjelasan yang sangat baik, sesuai dengan kategori tinggi berdasarkan panduan Chin (1998).

2. Penggunaan Paylater ($R^2 = 0,411$)

Nilai R-Square sebesar 0,411 mengindikasikan bahwa hanya 41,1% dari variasi Penggunaan Paylater yang dapat dijelaskan oleh konstruk lain dalam model, termasuk Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control. Adapun 58,9% sisanya kemungkinan berasal dari faktor eksternal yang tidak tercakup. Meskipun tergolong moderat, nilai ini masih menunjukkan kontribusi yang cukup bermakna dari variabel independen.

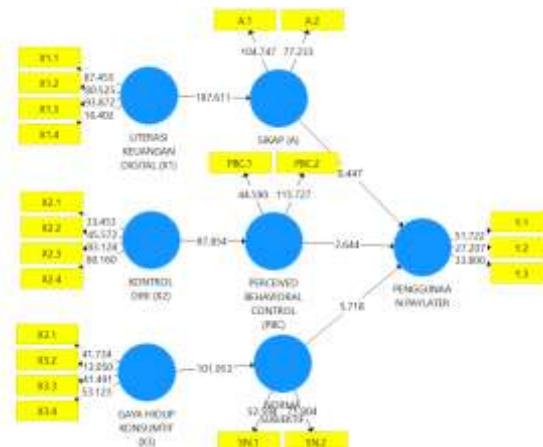
3. Perceived Behavioral Control (PBC) ($R^2 = 0,891$)

Pada konstruk ini, R-Square mencapai 0,891, yang berarti 89,1% dari variasi Perceived Behavioral Control dapat dijelaskan oleh variabel prediktor dalam model. Ini mencerminkan kemampuan model yang sangat kuat dalam menjelaskan konstruk PBC, dengan tingkat kecocokan yang tinggi.

4. Sikap (A) ($R^2 = 0,922$)

Dengan R-Square sebesar 0,922, hampir 92,2% dari variasi dalam Sikap dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang mempengaruhinya di dalam model. Angka ini menandakan bahwa model memiliki daya jelas yang luar biasa untuk konstruk Sikap, menunjukkan kecocokan yang sangat baik.

Dari hasil evaluasi ini, terlihat bahwa model penelitian menawarkan daya jelas yang solid untuk sebagian besar konstruk endogen, khususnya pada Sikap (A), Perceived Behavioral Control (PBC), dan Norma Subjektif. Hanya Penggunaan Paylater yang menunjukkan nilai R-Square sedang (0,411), tetapi tetap memadai dalam konteks akademik karena masih memberikan penjelasan yang relevan. Secara keseluruhan, model struktural ini terbukti cocok dan siap untuk tahap selanjutnya, yaitu pengujian hubungan antar variabel melalui uji hipotesis.



Gambar 2. Visualisasi Model Struktural

Tabel 7. Pengujian Hipotesis (Path Analysis)

	Gaya Hidup Konsumtif (X3)	Kontrol Diri (X2)	Literasi Keuangan Digital (X1)	Norma Subjektif	Penggunaan Paylater	Perceived Behavioral Control (Pbc)	Sikap (A)
Gaya Hidup Konsumtif (X3)				0,922			
Kontrol Diri (X2)						0,944	
Literasi Keuangan Digital (X1)							0,960
Norma Subjektif					0,487		
Penggunaan Paylater							
Perceived Behavioral Control (Pbc)					-0,233		
Sikap (A)					0,023		

1. Variabel seperti Gaya Hidup Konsumtif, Kontrol Diri, dan Literasi Keuangan Digital tampaknya memiliki peran utama dan berarti dalam memengaruhi konstruk mediasi, yakni Norma Subjektif, Sikap, dan PBC.
2. Hubungan antara Norma Subjektif dengan Penggunaan Paylater ternyata negatif, yang menunjukkan bahwa tekanan sosial atau norma masyarakat sering kali menentang perilaku konsumtif melalui platform digital.
3. Di sisi lain, Sikap terhadap Paylater hanya memberikan pengaruh kecil pada perilaku sebenarnya, sehingga keputusan menggunakan Paylater lebih dipengaruhi oleh aspek lain, misalnya kontrol perilaku pribadi atau pola kebiasaan finansial.
4. Koefisien jalur yang tinggi (di atas 0,9) memperkuat bahwa model teoritis yang diterapkan, yaitu Theory of Planned Behavior, sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa atau generasi muda berperilaku dalam ekonomi digital.

Secara umum, pengujian model struktural ini menunjukkan bahwa hubungan antara konstruk utama dalam model cukup signifikan dan sejalan dengan arah teoritis yang diperkirakan, kecuali pada hubungan Norma Subjektif dengan Penggunaan Paylater yang justru negatif. Temuan ini memberikan pemahaman bahwa perilaku menggunakan Paylater tidak hanya didasarkan pada sikap positif semata, melainkan juga dipengaruhi oleh norma sosial serta kemampuan individu untuk mengontrol diri.

Diskusi Temuan (Pembahasan)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Theory of Planned Behavior (TPB) terhadap literasi keuangan digital, kontrol diri, dan gaya hidup konsumtif dalam perilaku penggunaan PayLater di kalangan Generasi Z (Gen Z) di Kota Bandung. Berdasarkan hasil analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Squares (PLS-SEM), temuan menunjukkan bahwa model integratif TPB berhasil menjelaskan variasi perilaku penggunaan PayLater dengan baik, meskipun ada beberapa aspek yang perlu diperlakukan. Diskusi berikut akan menguraikan temuan berdasarkan hipotesis penelitian, membandingkannya dengan literatur sebelumnya, serta mengangkat implikasi teoritis dan praktis.

1. Pengaruh Variabel Eksogen terhadap Komponen TPB (H1a, H1b, H1c)

Hipotesis H1a menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan PayLater. Hasil analisis menunjukkan koefisien jalur sebesar 0,960 ($p < 0,05$), yang menegaskan bahwa literasi keuangan digital merupakan prediktor kuat sikap positif terhadap PayLater. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lusardi dan Mitchell (2014) yang menekankan bahwa literasi keuangan yang tinggi membantu individu memahami risiko dan manfaat teknologi keuangan, sehingga membentuk sikap rasional. Di konteks Gen Z di Bandung, di mana tingkat literasi keuangan digital masih moderat (sekitar 40–50% berdasarkan Ainiyah & Yuliana, 2022), peningkatan literasi melalui pendidikan dapat mengurangi bias kognitif dan mendorong sikap yang lebih hati-hati terhadap PayLater. Namun, temuan ini juga mengonfirmasi kritik terhadap TPB oleh Ajzen (2011) bahwa sikap tidak selalu rasional, karena literasi yang

rendah dapat dipengaruhi oleh emosi atau tekanan sosial, sehingga sikap positif tidak selalu menghasilkan perilaku bijak.

Hipotesis H1b menguji pengaruh kontrol diri terhadap Perceived Behavioral Control (PBC) dalam penggunaan PayLater, dengan koefisien jalur 0,944 ($p < 0,05$). Kontrol diri terbukti sebagai anteseden kuat PBC, yang konsisten dengan teori Self-Regulation Theory oleh Baumeister et al. (2007) yang menyatakan bahwa individu dengan kontrol diri tinggi lebih mampu mengelola impuls dan merasa percaya diri dalam mengendalikan perilaku. Di Indonesia, penelitian Elda Hasya et al. (2023) menunjukkan bahwa Gen Z di kota besar seperti Bandung rentan terhadap stres finansial akibat lemahnya kontrol diri, yang diperburuk oleh akses mudah ke PayLater. Temuan ini memperkuat integrasi TPB dengan Self-Regulation Theory, menunjukkan bahwa PBC bukan hanya persepsi kemampuan, tetapi juga didasarkan pada kemampuan psikologis untuk menahan dorongan. Meskipun demikian, koefisien tinggi ini menimbulkan pertanyaan tentang multikolinearitas dengan kontrol diri, sebagaimana terlihat dalam nilai HTMT (1,159), yang mungkin menunjukkan bahwa kontrol diri dan PBC saling tumpang tindih dalam konteks perilaku impulsif.

Hipotesis H1c menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap norma subjektif, dengan koefisien jalur 0,922 ($p < 0,05$). Gaya hidup konsumtif, yang dipengaruhi oleh teori conspicuous consumption Veblen (1899/2007), memperkuat norma sosial untuk menggunakan PayLater sebagai alat flexing atau pembelian impulsif. Temuan ini sejalan dengan studi Oktaviani (2024) dan Pratiwi & Ariffin (2023) yang menemukan bahwa paparan media sosial mendorong norma subjektif di kalangan mahasiswa, di mana tekanan teman sebaya memperkuat penggunaan kredit digital. Di Bandung, sebagai pusat pendidikan tinggi, fenomena ini diperparah oleh tren digital, sehingga norma subjektif menjadi pendorong kuat perilaku konsumtif. Namun, nilai HTMT yang tinggi (1,132) antara gaya hidup konsumtif dan norma subjektif menunjukkan potensi overlap konseptual, yang mungkin menunjukkan bahwa norma subjektif lebih merupakan refleksi dari gaya hidup daripada tekanan eksternal murni, sebagaimana dikritik oleh Ajzen (2011) dalam TPB.

2. Pengaruh Komponen TPB terhadap Perilaku Penggunaan PayLater (H2a, H2b, H2c)

Hipotesis H2a menyatakan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan PayLater, namun koefisien jalur hanya 0,023 ($p < 0,05$), yang menunjukkan pengaruh yang sangat lemah. Meskipun signifikan, temuan ini bertentangan dengan meta-analisis Armitage dan Conner (2001) yang menunjukkan sikap sebagai prediktor kuat intensi dan perilaku. Di konteks PayLater, sikap positif terhadap kemudahan pembayaran mungkin tidak langsung memicu perilaku karena faktor impulsif atau norma sosial yang lebih dominan. Ajzen (2011) menjelaskan bahwa dalam perilaku spontan seperti penggunaan FinTech, sikap mungkin kurang relevan jika dibandingkan dengan kontrol aktual, yang konsisten dengan temuan ini.

Hipotesis H2b menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap perilaku, dengan koefisien jalur 0,487 ($p < 0,05$). Temuan ini mendukung TPB, di mana tekanan sosial dari teman atau keluarga mendorong penggunaan PayLater, sebagaimana ditemukan oleh Fatmawati & Suwardi (2024) dalam konteks FinTech. Di Gen Z Bandung, norma subjektif yang kuat mungkin berasal dari tren flexing di media sosial, yang memperkuat perilaku konsumtif. Namun, koefisien positif ini menunjukkan bahwa norma subjektif tidak selalu negatif; dalam kelompok sosial yang mendukung, norma dapat memperkuat penggunaan PayLater sebagai alat pengatur cash flow (KataData, 2024).

Hipotesis H2c menguji pengaruh PBC terhadap perilaku, dengan koefisien jalur -0,233 ($p < 0,05$). Pengaruh negatif ini menarik, karena PBC biasanya positif dalam TPB (Ajzen, 1991). Temuan ini mungkin menunjukkan bahwa Gen Z dengan PBC tinggi (yaitu merasa mampu mengontrol) justru lebih jarang menggunakan PayLater, karena mereka lebih memilih pembayaran tunai untuk menghindari risiko utang. Sebaliknya, mereka dengan PBC rendah mungkin lebih sering menggunakan PayLater karena merasa tidak mampu mengontrol impuls. Ini sejalan dengan kritik Ajzen (2011) bahwa PBC dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti impulsivitas, dan temuan Pangesti et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kontrol diri lemah memperburuk penggunaan PayLater.

Secara keseluruhan, model TPB menjelaskan 41,1% variasi perilaku penggunaan PayLater ($R^2 = 0,411$), yang moderat tetapi memadai untuk konteks perilaku kompleks seperti ini. Nilai R^2 tinggi untuk komponen TPB (Sikap 92,2%, PBC 89,1%, Norma Subjektif 85%) menunjukkan bahwa variabel eksogen berhasil menjelaskan mediasi, namun variasi perilaku yang rendah mungkin disebabkan oleh faktor luar seperti habit (Norman & Cooper, 2011) atau impulsivitas (Kor & Mullan, 2011), yang tidak sepenuhnya tercakup dalam model.

Implikasi Teoritis

Temuan ini memperkaya TPB dengan integrasi variabel psikologis dan sosial, mengatasi kritik Ajzen (2011) tentang insufisiensi teori dalam menjelaskan perilaku impulsif. Literasi keuangan digital sebagai prediktor sikap menunjukkan bahwa TPB dapat diperluas dengan dimensi kognitif, sementara kontrol diri memperkuat PBC, mengonfirmasi relevansi Self-Regulation Theory. Gaya hidup konsumtif sebagai pendorong norma subjektif menunjukkan bahwa TPB perlu mempertimbangkan pengaruh budaya digital, seperti teori conspicuous consumption. Namun, koefisien negatif PBC menimbulkan pertanyaan tentang validitas asumsi TPB dalam konteks risiko tinggi seperti PayLater, di mana kontrol aktual mungkin lebih penting daripada persepsi.

Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk mitigasi risiko utang PayLater di Gen Z Bandung. Pertama, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dapat meningkatkan literasi keuangan digital melalui kampanye edukasi di universitas, mengingat pengaruhnya yang kuat terhadap sikap. Kedua, penguatan kontrol diri melalui program psikologis di sekolah dapat mengurangi impulsivitas, sejalan dengan Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030 (Bank Indonesia, 2024). Ketiga, regulasi platform PayLater perlu membatasi promosi yang mendorong gaya hidup konsumtif, seperti batasan usia atau edukasi risiko. Terakhir, orang tua dan pendidik harus memantau norma sosial di media sosial untuk mencegah tekanan kelompok yang memperkuat penggunaan PayLater.

Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Masa Depan

Penelitian ini terbatas pada Gen Z di Bandung dengan sampel 300 responden, sehingga generalisasi ke wilayah lain perlu hati-hati. Metode survei daring mungkin rentan terhadap bias self-report, dan R² perilaku yang moderat menunjukkan perlunya variabel tambahan seperti habit atau kecanduan digital. Penelitian masa depan dapat menggunakan metode longitudinal untuk mengukur perubahan perilaku seiring waktu, atau eksperimen untuk menguji intervensi literasi. Selain itu, eksplorasi prototype/willingness model (Rivis et al., 2011) dapat melengkapi TPB dalam menjelaskan aspek spontan perilaku PayLater.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa integrasi TPB dengan literasi keuangan digital, kontrol diri, dan gaya hidup konsumtif efektif dalam memahami perilaku PayLater di Gen Z, memberikan dasar untuk kebijakan yang lebih proaktif dalam mencegah krisis utang digital.

4. Kesimpulan

Penelitian ini mengintegrasikan Theory of Planned Behavior (TPB) dengan literasi keuangan digital, kontrol diri, dan gaya hidup konsumtif untuk menganalisis perilaku penggunaan PayLater di kalangan Generasi Z (Gen Z) di Kota Bandung. Menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Squares (PLS-SEM) pada 300 responden, hasil menunjukkan model integratif efektif menjelaskan 41,1% variasi perilaku PayLater. Semua hipotesis terdukung: literasi keuangan digital berpengaruh kuat terhadap sikap (koefisien 0,960), kontrol diri terhadap Perceived Behavioral Control (PBC) (0,944), dan gaya hidup konsumtif terhadap norma subjektif (0,922). Sikap (0,023), norma subjektif (0,487), dan PBC (-0,233) signifikan terhadap perilaku, dengan PBC menunjukkan pengaruh negatif. Temuan ini mengisi research gap dengan mengonfirmasi peran variabel kognitif, psikologis, dan sosial dalam perilaku impulsif FinTech. Implikasi teoritis memperkaya TPB dengan dimensi tambahan, sementara praktis mendorong edukasi literasi, penguatan kontrol diri, dan regulasi PayLater untuk mitigasi utang (Rp29,59 triliun pada 2024). Keterbatasan meliputi sampel terbatas dan R² moderat; saran masa depan: metode longitudinal atau eksperimen. Rekomendasi: Kolaborasi OJK, Bank Indonesia, dan platform FinTech untuk implementasi Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030, guna mendukung stabilitas keuangan nasional.

Referensi

1. Ainiyah, F., & Yuliana, I. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN FINTECH DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP INKLUSI KEUANGAN.
2. Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113–1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
3. Ardiansari, A., Muhamar, H., & Pangestuti, I. R. D. (2025). IMPULSE BUYING BEHAVIOR: PERSPECTIVE ON BUY NOW PAY LATER FEATURE AND FINANCIAL LITERACY.
4. Bank Indonesia. (2024). Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030: Mengakselerasi Ekonomi Digital Nasional untuk Generasi Mendatang. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/publikasi/kajian/Documents/Blueprint-Sistem-Pembayaran-Indonesia-2030.pdf>
5. Bank Indonesia. (2025). Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP) Desember 2024. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/default.aspx>

6. Deany Fitri, T., & Handari Adji, W. (2024). Pengaruh Shopeepaylater terhadap Daya Beli dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Politeknik Pikesi Ganesha Bandung. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(5), 3601–3614. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1137>
7. Elda Hasya, Andi Nasrawati Hamid, & Perdana Kusuma. (2023). Pembelian Impulsif Melalui Online Shopping Pada Remaja Akhir Ditinjau Dari Kontrol Diri. PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, 2(6), 1193–11201. <https://doi.org/10.56799/peshum.v2i6.2394>
8. Fatmawati, S., & Suwardi, E. (2024). Paylater as The Millennial Payment: Theory Planned Behavior. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 26(2), 91–102. <https://doi.org/10.9744/jak.26.2.91-102>
9. Hafidah, A., & Nurdin, J. (2022). ANALISIS LITERASI KEUANGAN DAN PENDAPATAN MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI. 5.
10. Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Sharma, P. N., & Liengard, B. D. (2024). Going beyond the untold facts in PLS-SEM and moving forward. European Journal of Marketing, 58(13), 81–106. <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2023-0645>
11. Halim, N. A., Salleh, S. M., Mustapa, S. N. S., Rozali, N., & Khairi, S. M. M. (2024). “From Instant Gratification to Long-Term Consequences: How Buy Now, Pay Later Influences Consumer Behavior and Financial Stability.” International Journal of Research and Innovation in Social Science, VIII(IX), 403–411. <https://doi.org/10.47772/IJRIS.2024.809035>
12. KataData. (2024, Desember). Survei: 59% Gen Z dan Milenial Gunakan Paylater untuk Mengatur Cash Flow. <https://sisisplus.katadata.co.id/berita/lainnya/2252/survei-59-gen-z-dan-milenial-gunakan-paylater-untuk-mengatur-cash-flow>
13. KataData. (2025, January 15). Ini Jenis Fintech Terbanyak yang Dimiliki Gen Z hingga Gen X RI 2024 Media Databoks Premium Premium. <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/678784aec1abf/ini-jenis-fintech-terbanyak-yang-dimiliki-gen-z-hingga-gen-x-ri-2024>
14. Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. Journal of Economic Literature, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
15. Mariyani, K., & Risanta, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z di Banjarmasin. eCo-Fin, 7(2), 1169–1180. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2529>
16. Oktaviani, A. R. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FINTECH DIGITAL PAYMENT, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUTIF MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR. Jurnal Aplikasi Manajemen, 6.
17. Osman, I., Ariffin, N. A. M., Mohd Yuraimie, M. F. N. B., Ali, M. F. B., & Noor Akbar, M. A. F. B. (2024). How Buy Now, Pay Later (BNPL) is Shaping Gen Z's Spending Spree in Malaysia. Information Management and Business Review, 16(3(I)S), 657–674. [https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3\(I\)S.4092](https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3(I)S.4092)
18. Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024. Otoritas Jasa Keuangan. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
19. Pangesti, G. I., Rohayati, N., & Pertiwi, A. (2025). Godaan Paylater: Peran Kontrol Diri Dan Fomo Dalam Pembelian Impulsif. JURNAL PENELITIAN PENDIDIKAN, PSIKOLOGI DAN KESEHATAN (J-P3K), 6(3), 1223–1231. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v6i3.830>
20. Pratiwi, W., & Ariffin, M. (n.d.). The Role of Financial Literacy and Financial Technology on the Decision to Use Pay Later Moderated by Hedonism Lifestyle.
21. Tempo.co. (2025, May 6). Generasi Milenial dan Gen Z Dominasi Utang Paylater Mencapai Rp 29,59 Triliun. <https://www.tempo.co/ekonomi/generasi-milenial-dan-gen-z-dominasi-utang-paylater-mencapai-rp-29-59-triliun-1643128>