

Pengaruh Aksesibilitas Shopee PayLater, Literasi Keuangan, dan Self-Control terhadap Perilaku Konsumtif dengan Mediasi Gaya Hidup

M. Dzakwan¹, Multhahada Ramadhani Siregar²

Mhddzakwan2@gmail.com¹, multhahada@polibatam.ac.id²

Administrasi Bisnis Terapan¹, Administrasi Bisnis Terapan²,

Politeknik Negeri Batam

ABSTRAK

Perkembangan layanan Buy Now Pay Later (BNPL), khususnya Shopee PayLater, memberikan kemudahan bertransaksi, tetapi juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh aksesibilitas Shopee PayLater, literasi keuangan, dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif dengan gaya hidup sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan uji kuantitatif terhadap 150 mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Kota Batam yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data di uji menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan SmartPLS 4. Penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas Shopee PayLater, literasi keuangan, *self-control*, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, gaya hidup terbukti memediasi pengaruh aksesibilitas Shopee PayLater, literasi keuangan, dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif.

Kunci: Shopee PayLater, Literasi Keuangan, *Self-Control*, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

The rapid development of Buy Now Pay Later (BNPL) services, particularly Shopee PayLater, has provided greater convenience in digital transactions while also increasing the potential for consumptive behavior among Generation Z students. This study aims to examine the effects of Shopee PayLater accessibility, financial literacy, and self-control on consumptive behavior, with lifestyle serving as a mediating variable. A quantitative approach was employed involving 150 Generation Z students in Batam City who use Shopee PayLater, selected through purposive sampling. The data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4. The findings indicate that Shopee PayLater accessibility, financial literacy, self-control, and lifestyle have a significant influence on consumptive behavior. Furthermore, lifestyle was found to mediate the relationships between Shopee PayLater accessibility, financial literacy, self-control, and consumptive behavior.

Keywords: *Shopee paylater; Financial Literacy; Self-Control; Lifestyle; Consumptive Behavior*

1. Pendahuluan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan bahwa tunggakan cicilan Buy Now Pay Later (BNPL) menyebabkan banyak generasi muda mengalami kesulitan mengajukan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) karena riwayat kreditnya tercatat dalam Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) (Respati, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penggunaan layanan pembayaran digital yang disertai manajemen keuangan yang baik. Seiring perkembangan *financial technology* dan e-commerce, penggunaan BNPL terus meningkat karena menawarkan kemudahan dan fleksibilitas transaksi (Zuliyansah et al., 2024). Berdasarkan survei Populix (2023) yang melibatkan 1.017 responden, sebanyak 55% responden pernah menggunakan layanan PayLater, dengan Shopee PayLater sebagai layanan yang paling banyak digunakan, yaitu mencapai 77%.

Penggunaan Shopee PayLater juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif. Kemudahan akses pembiayaan, disertai berbagai promosi dan diskon yang ditawarkan e-commerce, konsumen terdorong melakukan pembelian secara impulsif tanpa mempertimbangkan keuangan mereka (Putra & Sunarmi, 2024; Dewi et al., 2025).

Mahasiswa Generasi Z menjadi kelompok yang relevan diteliti karena aktif menggunakan teknologi digital dan e-commerce, tetapi sebagian belum memiliki pendapatan tetap sehingga keputusan konsumsi dapat dipengaruhi kemudahan akses pembayaran (Zuliyansah et al., 2024).

Perilaku konsumtif diduga dipengaruhi oleh variabel independent dan variabel mediasi. Pribadi dengan literasi keuangan konsisten lebih mampu mengelola keuangan secara rasional (Retnaningrum & Sundari, 2025), sedangkan *self-control* membantu individu mengendalikan dorongan pembelian impulsif (Sofiyana & Aryanto, 2025). Selain itu, gaya hidup yang mengikuti tren juga bisa meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif (Widiastuti et al., 2023).

Berbagai penelitian yang sudah ada telah mempelajari *factor* yang memengaruhi perilaku konsumtif dalam penggunaan layanan *buy now, pay later* (BNPL). Leonita dan Wulandari (2024) menemukan jika fitur Shopee PayLater, literasi keuangan, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Rahmawati dan Apriadi (2025) menunjukkan bahwa aksesibilitas Shopee PayLater memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan Sofiyana dan Aryanto (2025) menemukan bahwa *self-control* memediasi pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna PayLater. Namun, riset yang mengintegrasikan aksesibilitas Shopee PayLater, literasi keuangan, dan *self-control* dengan gaya hidup sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Generasi Z di Kota Batam masih belum banyak diteliti.

2. Kajian Literatur

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) dari Ajzen (1991) sebagai grand theory untuk menjelaskan perilaku individu. TPB menjelaskan bahwa perilaku dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Dalam penelitian ini, kemudahan akses Shopee PayLater berkaitan dengan persepsi individu terhadap kemudahan melakukan transaksi, sedangkan literasi keuangan dan self-control berkaitan dengan pertimbangan individu dalam mengendalikan keputusan konsumsi. Selanjutnya, gaya hidup digunakan sebagai variabel mediasi yang menggambarkan pola aktivitas, minat, dan pandangan individu dalam menentukan pilihan konsumsi. Dengan demikian, TPB menjadi dasar untuk menjelaskan hubungan aksesibilitas Shopee PayLater, literasi keuangan, self-control, gaya hidup, dan perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

Pengaruh Aksesibilitas Shoopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif

Aksesibilitas Shopee PayLater merupakan kenyamanan yang dirasakan pengguna dalam mengakses dan menggunakan layanan pembayaran digital. Tingginya tingkat aksesibilitas suatu layanan, semakin besar pula individu memanfaatkannya dalam aktivitas konsumsi (Putra & Sunarmi, 2024). Penelitian Rahmawati dan Apriadi (2025) menunjukkan bahwa aksesibilitas Shopee PayLater berpengaruh pada keputusan pembelian. Berdasarkan pembahasan tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

H1: Aksesibilitas Shopee PayLater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan adalah daya untuk mengatur dan mengelola keuangan, yang memungkinkannya mengambil keputusan terkait penggunaan sumber daya keuangan (OJK, 2022). Dalam konteks penggunaan Shopee PayLater, tingkat literasi keuangan berpotensi memengaruhi keputusan konsumsi serta cara mahasiswa mengelola pola pengeluaran sehari-hari. Penelitian Leonita dan Wulandari (2024) serta Retnaningrum dan Sundari (2025) menjelaskan pentingnya literasi keuangan dalam perilaku keuangan. Berdasarkan teori serta temuan penelitian terdahulu, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

H2: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

Pengaruh *Self Control* terhadap Perilaku Konsumtif

Self-control mengendalikan impuls, emosi, dan perilaku dalam mengambil keputusan konsumsi (Sofiyana & Aryanto, 2025). Dalam penggunaan Shopee PayLater, kemampuan mengendalikan diri memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa. Penelitian Sofiyana dan Aryanto (2025) menunjukkan bahwa *self-control* memengaruhi perilaku konsumtif pengguna PayLater Generasi Z. Berdasarkan pembahasan tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

H3: *Self-control* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

Pengaruh Aksesibilitas Shopee PayLater terhadap Gaya Hidup

Kemudahan akses Shopee PayLater tidak hanya mendukung transaksi konsumsi, tetapi juga berpotensi membentuk gaya hidup pengguna. Kemudahan layanan dalam aktivitas konsumsi dapat memengaruhi pola hidup mahasiswa.

H4: Aksesibilitas Shopee PayLater berpengaruh positif terhadap gaya hidup mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup

Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam mengelola sumber daya keuangan dan menentukan pola pengeluaran. Pengelolaan keuangan tersebut dapat berkaitan dengan pembentukan pola hidup mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan:

H5: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap gaya hidup mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

Pengaruh *Self-Control* terhadap Gaya Hidup

Self-control tidak hanya berkaitan dengan keputusan konsumsi, tetapi juga kemampuan mengendalikan perilaku dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Dalam penggunaan Shopee PayLater, kemampuan mengendalikan diri dapat memengaruhi pola hidup mahasiswa. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan sebagai berikut.

H6: *Self-control* berpengaruh positif terhadap gaya hidup mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa gaya hidup menggambarkan cara individu menjalani kehidupannya melalui aktivitas, minat, dan pandangan yang dimiliki, termasuk menentukan pilihan konsumsi. Sejalan dengan itu, Widiastuti et al. (2023) menemukan gaya hidup

memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, hipotesis dirumuskan sebagai berikut

H7: Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

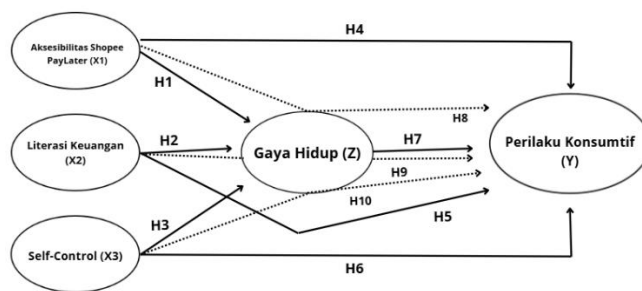
Selain berpengaruh secara langsung, gaya hidup diduga memediasi antara variabel independen terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan hubungan tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H8: Gaya hidup memediasi pengaruh aksesibilitas Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

H9: Gaya hidup memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

H10: Gaya hidup memediasi pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Batam.

Hubungan antarvariabel disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka berpikir

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan yaitu uji kuantitatif dengan populasi penelitian ialah mahasiswa aktif di Kota Batam. Sampel ditentukan menggunakan *purposive sampling*, yaitu uji pengambilan sampel dengan beberapa kriteria (Sugiyono, 2022). Kriteria responden meliputi: (1) mahasiswa perguruan tinggi aktif di Kota Batam, (2) Generasi Z berusia 18–26 tahun, dan (3) pernah menggunakan Shopee PayLater. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel penelitian 150 responden, dengan tiga variabel independen, aksesibilitas Shopee PayLater (X1), literasi keuangan (X2), dan self-control (X3), satu variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y), serta satu variabel mediasi yaitu gaya hidup (Z). Variabel diukur dengan indikator yang mengacu pada penelitian terdahulu.

Pengujian menggunakan SmartPLS 4. Proses analisis data meliputi penilaian outer model dengan uji validitas dan reliabilitas, evaluasi inner model menggunakan nilai R-square (R^2), Effect Size (f^2), dan Variance Inflation Factor (VIF), dilanjutkan uji hipotesis dengan prosedur bootstrapping serta pengujian mediasi melalui Specific Indirect Effects (Hair et al., 2019).

4. Hasil dan Pembahasan

Kriteria Responden

Data disajikan dari jenis kelamin, usia, status pekerjaan, tingkat pendapatan, dan frekuensi penggunaan Shopee PayLater sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	55	36,7%
Perempuan	95	63,3%
Usia		
18-20 Tahun	37	24,7%
21-23 Tahun	87	58%
24-26 Tahun	26	17,3%
Pekerjaan		
Part Time	85	56,7%
Tidak Bekerja	45	30%
Full Time	20	13,3%
Pendapatan		
< Rp1.000.000	19	12,7%
Rp1.000.000 - Rp2.000.000	51	34%
Rp2.000.000 - Rp3.000.000	55	36,7%
>Rp3.000.000	25	16,7%
Frekuensi Penggunaan		
Shopee PayLater		
1-2 Kali	61	40,7%

3-5 Kali	70	46,7%
>5 Kali	19	12,6%

Sumber – Hasil Kuesioner Penelitian, 2026

Sebanyak 150 responden merupakan mahasiswa Generasi Z di Kota Batam pengguna Shopee PayLater. Mayoritas responden perempuan (63,3%), berusia 21–23 tahun (58%), bekerja paruh waktu (56,7%), berpendapatan Rp2.000.000–Rp3.000.000 (36,7%), dan menggunakan Shopee PayLater 3–5 kali (46,7%). Dominasi perempuan merupakan karakteristik sampel yang diperoleh melalui purposive sampling tanpa pembatasan proporsi gender, sehingga hasil penelitian perlu mempertimbangkan karakteristik tersebut.

Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan skor rata-rata setiap variabel berdasarkan jawaban 150 responden. Hasilnya menunjukkan seluruh variabel berada di kategori tinggi.

Tabel 4. Analisis Deskriptif Variabel

Variabel	Mean	Kategori
Aksesibilitas Shopee Paylater	3,036	Tinggi
Literasi Keuangan	2,901	Tinggi
Self-Control	3,034	Tinggi
Gaya Hidup	3,084	Tinggi
Perilaku Konsumtif	3,056	Tinggi

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pada tahap pengukuran, Diuji terhadap kualitas konstruk penelitian melalui uji validitas konvergen, reliabilitas konstruk, dan validitas diskriminan. (Hair et al., 2019).

Uji Validitas Konvergen

Tahap ini bertujuan mengetahui dampak indikator dalam merefleksikan konstruk yang diukur. hasil akan valid apabila nilai melebihi 0,70 (Hair et al., 2022).

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Konvergen (*Outer Loading*)

Indikator	Outer Loading
Aksesibilitas Shopee PayLater (X1)	

X1.1	0,849
X1.2	0,794
X1.3	0,828
X1.4	0,842
X1.5	0,866
X1.6	0,844
Literasi Keuangan (X2)	
X2.1	0,858
X2.2	0,780
X2.3	0,842
X2.4	0,803
X2.5	0,826
X2.6	0,843
<i>Self-Control</i> (x3)	
X3.1	0,807
X3.2	0,813
X3.3	0,871
X3.4	0,856
X3.5	0,883
X3.6	0,833
Perilaku Konsumtif (Y)	
Y1	0,781
Y2	0,785
Y3	0,785
Y4	0,776
Y5	0,819
Y6	0,763
Gaya Hidup (Z)	
Z1	0,836
Z2	0,812
Z3	0,804

Z4	0,820
Z5	0,832

Sumber – Hasil Kuesioner Penelitian, 2026

Seluruh $> 0,70$, sehingga seluruh indikator valid dan memenuhi persyaratan.

Uji Reliabilitas Konstruk

Pengujian memastikan setiap indikator mengukur konstruk penelitian secara konsisten. Menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, sedangkan hasil AVE sebagai pendukung validitas konvergen (Hair et al., 2019).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Aksesibilitas Shopee PayLater	0,915	0,934	0,701
Literasi Keuangan	0,907	0,928	0,682
<i>Self-Control</i>	0,919	0,937	0,712
Perilaku Konsumtif	0,876	0,909	0,616
Gaya Hidup	0,879	0,912	0,674

Sumber – Hasil Kuesioner Penelitian, 2026

Kedua nilai $> 0,70$ serta nilai AVE $> 0,50$. seluruh konstruk dinyatakan reliabel dan memenuhi kriteria (Hair et al., 2019).

Uji Validitas Diskriminan

Pengujian dilakukan untuk menilai apakah konstruk dapat dibedakan dengan jelas dari konstruk lainnya. Pengujian dilakukan dengan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dan Fornell-Larcker Criterion (Hair et al., 2019).

Tabel 5. Hasil Uji *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

Variabel	X1	X2	X3	Y	Z
X1	-				
X2	0,162	-			
X3	0,137	0,124	-		
Y	0,286	0,367	0,366	-	
Z	0,394	0,323	0,172	0,695	-

Sumber – Hasil Kuesioner Penelitian, 2026

Seluruh hasil $< 0,90$ dengan ini seluruh konstruk sesuai dengan kriteria validitas diskriminan (Hair et al., 2019).

Tabel 6. Hasil Uji *Fornell-Larcker Criterion*

Variabel	X1	X2	X3	Y	Z
X1	0,837				
X2	-0,129	0,826			
X3	-0,125	-0,091	0,844		
Y	0,263	0,337	0,336	0,785	
Z	0,358	0,299	0,155	0,612	0,821

Sumber – Hasil Kuesioner Penelitian, 2026

Hasil kuadrat AVE $>$ daripada korelasi antar-konstruk. Dengan ini dinyatakan, semua konstruk memenuhi kriteria Fornell-Larcker (Hair et al., 2019).

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi bertujuan mengukur antarvariabel juga kapasitas model untuk menjelaskan variabel endogen. Pengujian meliputi nilai R-square (R^2), Variance Inflation Factor (VIF), Effect Size (f^2), uji hipotesis, dan pengujian mediasi (Hair et al., 2019).

Koefisien Determinasi (*Coefficient of Determination/R-Square*)

Uji ini bertujuan menghitung kekuatan variabel eksogen untuk menjelaskan variasi variabel endogen pada penelitian (Hair et al., 2019).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel Endogen	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Perilaku Konsumtif	0,502	0,488
Gaya Hidup	0,307	0,292

Sumber – Hasil Kuesioner Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 6, nilai R-Square perilaku konsumtif 0,502 dan gaya hidup 0,307. Model menjelaskan variasi perilaku konsumtif sebesar 50,2% dan gaya hidup sebesar 30,7%, Sisanya dipengaruhi dari variabel lain yang tidak dianalisis (Hair et al., 2019).

Uji Multikolinearitas (*Variance Inflation Factor/VIF*)

Tahap ini bertujuan mendeteksi korelasi yang tinggi antarvariabel dalam penelitian. Hasil dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas jika nilai $VIF < 5$ (Hair et al., 2019).

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Hubungan Variabel	Nilai VIF
$X1 \rightarrow Y$	1,312
$X2 \rightarrow Y$	1,235
$X1 \rightarrow Z$	1,037
$X2 \rightarrow Z$	1,029
$X3 \rightarrow Z$	1,028
$X3 \rightarrow Y$	1,114
$Z \rightarrow Y$	1,442

Sumber – Hasil Kuesioner Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 7, hasil berada pada rentang 1,028–1,442 atau di bawah 5,00. Dengan hasil tersebut, disimpulkan bahwa model tidak mengalami gejala multikolinearitas sehingga memenuhi asumsi multikolinearitas (Hair et al., 2019).

Ukuran Efek (*Effect Size/f²*)

Pengujian menentukan bobot kontribusi variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam penelitian. Nilai diinterpretasikan dengan kriteria 0,02 (kecil), 0,15 (sedang), dan 0,35 (besar) (Hair et al., 2019).

Tabel 9. Hasil Uji Ukuran Efek

Hubungan Variabel	Nilai f^2	Kategori
$X1 \rightarrow Y$	0,055	Kecil
$X2 \rightarrow Y$	0,115	Kecil
$X3 \rightarrow Y$	0,184	Sedang
$X1 \rightarrow Z$	0,265	Sedang
$X2 \rightarrow Z$	0,200	Sedang
$X3 \rightarrow Z$	0,083	Kecil
$Z \rightarrow Y$	0,241	Sedang

Sumber – Hasil Kuesioner Penelitian, 2026

Berdasarkan nilai effect size (f^2), antarvariabel memiliki hubungan berkategori kecil hingga sedang. (Hair et al., 2019)

Pengujian Hipotesis

Metode bootstrapping bertujuan untuk meninjau pengaruh antarvariabel dalam model penelitian. Hipotesis diterima jika memiliki nilai T-statistics $> 1,96$ dan P-values $< 0,05$ pada tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2019)

Tabel 10. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	T Statistics	P Values	Keputusan
X1 $\rightarrow$ Y	0,189	2,835	0,005	Diterima
X2 $\rightarrow$ Y	0,437	6,391	0,000	Diterima
X3 $\rightarrow$ Y	0,266	4,546	0,000	Diterima
X1 $\rightarrow$ Z	0,320	5,625	0,000	Diterima
X2 $\rightarrow$ Z	0,244	3,433	0,001	Diterima
X3 $\rightarrow$ Z	0,416	6,350	0,000	Diterima
Z $\rightarrow$ Y	0,378	5,376	0,000	Diterima

Sumber – Hasil Kuesioner Penelitian, 2026

seluruh hubungan memiliki nilai T-statistics $> 1,96$ dan P-values $< 0,05$, sehingga seluruh hipotesis diterima. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa seluruh hubungan antarvariabel memiliki arah pengaruh positif, dengan pengaruh terbesar terdapat pada literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,437$).

Uji Efek Mediasi

Pengujian dilakukan untuk melihat gaya hidup berperan sebagai mediator antara variable independen terhadap dependen. Pengujian menggunakan analisis Specific Indirect Effects melalui bootstrapping. Efek mediasi signifikan apabila P-values $< 0,05$ (Hair et al., 2019).

Tabel 11. Hasil Pengujian Efek Mediasi (*Specific Indirect Effects*)

Hubungan	Original Sampel	T Statistics	P Values	Keputusan
X1 $\rightarrow$ Z $\rightarrow$ Y	0,182	4,342	0,000	Diterima
X2 $\rightarrow$ Z $\rightarrow$ Y	0,157	4,008	0,000	Diterima

X3 → Z → Y	0,101	2,771	0,006	Diterima
------------	-------	-------	-------	----------

Sumber – Hasil Kuesioner Penelitian, 2026

Seluruh efek tidak langsung memiliki nilai P-values < 0,05 dan Original Sample positif, sehingga gaya hidup terbukti memediasi secara positif dan signifikan ketiga hubungan tersebut. Efek mediasi terbesar terdapat pada pengaruh aksesibilitas Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup ($\beta = 0,182$).

Pembahasan

Pengaruh Aksesibilitas Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif

Aksesibilitas Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,189$; $p = 0,005$). Kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran dapat meningkatkan kecenderungan pembelian, sesuai konsep *perceived behavioral control* dalam TPB. Hal ini didukung karakteristik responden yang 46,7% menggunakan Shopee PayLater sebanyak 3–5 kali. Temuan ini sejalan dengan ZuliYansah et al. (2024).

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,437$; $p < 0,001$). Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berkaitan dengan pertimbangan mahasiswa dalam mengelola sumber daya dan menentukan keputusan konsumsi, termasuk penggunaan Shopee PayLater. Hal ini sesuai dengan konsep literasi keuangan OJK (2022) serta temuan Leonita dan Wulandari (2024) dan Retnaningrum dan Sundari (2025).

Pengaruh Self-Control terhadap Perilaku Konsumtif

Self-control berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,266$; $p < 0,001$). Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan keputusan konsumsi berkaitan dengan perilaku konsumtif dalam penggunaan Shopee PayLater. Secara teoritis, *self-control* berperan dalam mengendalikan dorongan pembelian impulsif, sehingga hasil positif dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan *self-control* dengan keputusan konsumsi responden. Temuan ini sejalan dengan Sofiyana dan Aryanto (2025).

Pengaruh Aksesibilitas Shopee PayLater terhadap Gaya Hidup

Aksesibilitas Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup ($\beta = 0,320$; $p < 0,001$). Kemudahan penggunaan layanan dapat mendorong kebiasaan transaksi digital yang lebih praktis, sesuai TPB dalam menjelaskan pengaruh kemudahan terhadap perilaku. Hal ini didukung karakteristik responden yang 46,7% menggunakan Shopee PayLater sebanyak 3–5 kali. Temuan ini didukung oleh Rahmawati dan Apriadi (2025).

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup

Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup ($\beta = 0,244$; $p = 0,001$). Pemahaman dalam mengelola keuangan berkaitan dengan cara mahasiswa menentukan pengeluaran dan prioritas konsumsi, sesuai TPB. Hal ini didukung karakteristik responden yang mayoritas berusia 21–23 tahun (58%) dan memiliki pendapatan Rp2.000.000–Rp3.000.000 (36,7%). Temuan ini sejalan dengan Retnaningrum dan Sundari (2025)..

Pengaruh *Self-Control* terhadap Gaya Hidup

Self-control berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup ($\beta = 0,416$; $p < 0,001$). Kemampuan mengendalikan keputusan konsumsi berkaitan dengan pembentukan pola hidup mahasiswa dalam menggunakan layanan digital, sesuai konsep kendali perilaku dalam TPB. Hal ini didukung karakteristik responden yang 46,7% menggunakan Shopee PayLater sebanyak 3–5 kali. Temuan ini didukung oleh Sofiyana dan Aryanto (2025).

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,378$; $p < 0,001$). Kecenderungan mengikuti tren dan kemudahan berbelanja dapat meningkatkan perilaku konsumtif, sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller mengenai gaya hidup sebagai pola aktivitas, minat, dan pandangan individu. Hal ini didukung karakteristik responden yang mayoritas berusia 21–23 tahun (58%). Temuan ini sejalan dengan Widiastuti et al. (2023).

Peran Gaya Hidup dalam Memediasi Pengaruh Aksesibilitas Shopee PayLater, Literasi Keuangan, dan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif

H8, H9, dan H10 diterima,

Gaya hidup terbukti memediasi secara positif dan signifikan pengaruh aksesibilitas Shopee PayLater ($\beta = 0,182$; $p < 0,001$), literasi keuangan ($\beta = 0,157$; $p < 0,001$), dan *self-control* ($\beta = 0,101$; $p = 0,006$) terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak hanya memengaruhi perilaku konsumtif secara langsung, tetapi juga melalui pembentukan gaya hidup mahasiswa. Temuan ini didukung karakteristik responden yang mayoritas berusia 21–23 tahun (58%) dan 46,7% menggunakan Shopee PayLater sebanyak 3–5 kali.

5. Penutup

Kesimpulan

Penelitian bertujuan mengetahui bagaimana variabel independen memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Batam dengan mempertimbangkan peran gaya hidup sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil pengujian, keempat variabel tersebut menghasilkan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, gaya hidup terbukti memediasi pengaruh variabel independen terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa kemudahan akses layanan pembayaran digital serta faktor internal yang tercermin melalui literasi keuangan, *self-control*, dan gaya hidup.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan implikasi teoretis melalui peran gaya hidup sebagai variabel mediasi dalam perilaku konsumtif. Secara praktis, mahasiswa diharapkan lebih bijak menggunakan Shopee PayLater, sementara perguruan tinggi dapat memperkuat edukasi literasi keuangan dan penggunaan layanan keuangan digital secara bertanggung jawab.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian hanya melibatkan mahasiswa Generasi Z di Kota Batam dan menggunakan hasil kuesioner yang berasal dari persepsi responden. Penelitian ini juga hanya mengkaji aksesibilitas Shopee PayLater, literasi keuangan, *self-control*, dan gaya hidup sehingga masih terdapat variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Saran

Penelitian mendatang disarankan memperluas cakupan responden serta menambahkan variabel lain, seperti pengaruh teman sebaya, promosi digital, atau perilaku impulsif. Mahasiswa diharapkan menggunakan fitur Shopee PayLater secara bijak sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial. Juga menerapkan pengendalian diri dalam mengambil keputusan pembelian agar terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Dewi, E., Ghina, A., & Roni, J. (2025). Financial literacy dan digital financial behavior dalam pengambilan keputusan pengguna PayLater. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 14(1).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th Global ed.). Pearson Education Limited.
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh fitur Shopee PayLater, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Program Studi Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (MANKEU)*, 13(2).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia (SNLKI) 2021–2025*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Populix. (2023). *Pengguna layanan PayLater di Indonesia didominasi milenial*. PT Populix Informasi Teknologi.
- Putra, T. A., & Sunarmi, S. (2024). Pengaruh fitur PayLater dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 5(3), 331–339. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.5628>
- Rahmawati, E., & Apriadi, D. (2025). Pengaruh gaya hidup dan aksesibilitas terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 46–58. <https://doi.org/10.55606/jurima.v5i2.5219>
- Respati, A. R. (2024, January 22). *OJK sebut kredit macet PayLater buat anak muda susah punya KPR*. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2024/01/22/121000226/ojk-sebut-kredit-macet-paylater-buat-anak-muda-susah-punya-kpr>
- Retnaningrum, K., & Sundari, S. (2025). The effect of financial literacy, financial attitude, and perceived risk on financial management behavior in using Buy Now Pay Later (BNPL). *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 7(2).

Sofiyana, A., & Aryanto, V. D. W. (2025). Peran kontrol diri dalam memediasi literasi keuangan, gaya hidup dan interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pengguna PayLater Gen Z di Kota Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 8, 52–65.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.xxx>

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Alfabeta.

Widiastuti, C. T., Universari, N., & Setiawan, I. N. (2023). Analisis gaya hidup sebagai variabel mediasi pada perilaku konsumtif belanja online. *Solusi*, 21(4), 366–378.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7497>

Zuliyansah, Y., Yuspira, P., & Gazali, S. (2024). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur*, 2.

Lampiran

https://drive.google.com/drive/folders/1RTAYkGg_F5iDkGyBFvJIvjjXC8s-I96F?usp=drive_link