

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN FOMO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PAYLATER DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG

Rifatul Nadia¹, Luke Suciwati Amna²

Universitas Bandar Lampung, Lampung Indonesia^{1,2}

Email: rifatul.22011190@student.ubl.ac.id

Abstract: *The development of financial technology (fintech) has encouraged the increasing use of PayLater services among students. The ease and flexibility of payments offered by PayLater can affect students' financial behavior, both in terms of financial literacy, consumptive lifestyle, and psychological factors of Fear of Missing Out (FOMO). This study aims to analyze the influence of financial literacy, consumptive lifestyle, and FOMO on interest in using PayLater among students of the Faculty of Economics and Business, University of Bandar Lampung. This study uses a quantitative approach with a causal associative method. The research sample amounted to 83 students who were selected using purposive sampling techniques. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS. The results of the study show that financial literacy and consumptive lifestyle have a positive and significant effect on the interest in using Paylater. Meanwhile, FOMO has no significant effect partially. However, simultaneously these three variables have a significant effect on the interest in using PayLater. The value of the determination coefficient showed that 26.7% of the interest in using PayLater could be explained by this research model, while the rest was influenced by other factors outside the study.*

Keywords: *Financial literacy, consumptive lifestyle, FOMO, PayLater.*

Abstrak: Perkembangan teknologi finansial (fintech) mendorong meningkatnya penggunaan layanan PayLater di kalangan mahasiswa. Kemudahan dan fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan PayLater dapat memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa, baik dari sisi literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, maupun faktor psikologis Fear of Missing Out (FOMO). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 83 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Paylater. Sementara itu, FOMO tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Namun, secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan PayLater. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 26,7% minat penggunaan PayLater dapat dijelaskan oleh model penelitian ini, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, FOMO, PayLater.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (fintech) di Indonesia telah mengalami kemajuan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Inovasi di bidang keuangan digital seperti e-wallet, mobile banking, hingga sistem pembayaran digital seperti PayLater menjadi fenomena baru yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi. PayLater hadir sebagai layanan keuangan berbasis teknologi yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari, baik dengan sistem cicilan maupun pembayaran langsung tanpa cicilan. Layanan ini menjadi sangat populer di kalangan masyarakat muda, terutama mahasiswa, karena memberikan kemudahan transaksi tanpa perlu memiliki kartu kredit dan dapat diakses langsung melalui aplikasi e-commerce, platform keuangan digital (Paylater).

Fenomena meningkatnya penggunaan PayLater di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari gaya hidup masyarakat modern yang serba cepat dan konsumtif. Menurut laporan IdScore (2024), jumlah pengguna aktif PayLater di Indonesia mencapai 14,37 juta orang, meningkat signifikan dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sekitar 13,4 juta pengguna (Nurfitri dkk., 2025). Tren tersebut juga tercermin di wilayah Provinsi Lampung. Berdasarkan laporan OJK dan Lampost.co (2025), nilai outstanding PayLater

masyarakat Lampung mencapai Rp. 184,7 miliar dengan 2,96 juta kontrak pada periode Januari hingga Agustus 2025. Angka ini meningkat signifikan dibanding tahun 2024 yang hanya sebesar Rp. 136,6 miliar dengan 2,3 juta kontrak. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa layanan PayLater semakin diterima oleh masyarakat Lampung, khususnya di Kota Bandar Lampung sebagai pusat aktivitas ekonomi dan pendidikan di provinsi tersebut.

Tren tersebut menegaskan bahwa penggunaan PayLater telah menjadi bagian dari ekosistem keuangan digital yang melekat dalam perilaku konsumsi masyarakat, terutama generasi muda yang memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap teknologi (Aprila dkk., 2025). Dalam konteks ini, mahasiswa menjadi segmen yang sangat potensial sekaligus rentan terhadap pengaruh penggunaan PayLater. Mahasiswa merupakan kelompok usia produktif dengan intensitas tinggi dalam berinteraksi dengan dunia digital, sering melakukan belanja daring, aktif di media sosial, dan cenderung mengikuti tren baru yang sedang berkembang (Raihanah, 2023)

Namun demikian, di balik kemudahan tersebut, muncul persoalan baru terkait dengan tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa. Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi secara efektif, mencakup pemahaman terhadap produk keuangan, kemampuan membuat keputusan finansial yang bijak, serta kesadaran terhadap risiko keuangan yang mungkin terjadi. Ketika literasi keuangan rendah, seseorang dapat mengalami kesulitan dalam mengontrol pengeluaran, tidak memahami bunga cicilan, keterlambatan pembayaran, serta risiko keuangan jangka panjang dari penggunaan fasilitas kredit seperti PayLater. Oleh karena itu, rendahnya literasi keuangan dapat meningkatkan potensi perilaku konsumtif dan ketergantungan terhadap layanan PayLater tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial sebenarnya. Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi & Ni'am, 2023) menyebutkan bahwa gaya hidup konsumtif meningkat di kalangan mahasiswa dengan adanya kemudahan akses teknologi dan aplikasi seperti payLater.

Perilaku konsumtif adalah tindakan konsumsi yang dilakukan secara berlebihan dan tidak rasional, yang didasarkan pada keinginan dibandingkan kebutuhan. Selain itu, faktor gaya hidup konsumtif juga memiliki pengaruh besar terhadap minat penggunaan PayLater. Gaya hidup konsumtif dapat diartikan sebagai pola perilaku individu yang cenderung membeli barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena dorongan keinginan, gengsi, dan keinginan untuk mengikuti tren. Fenomena ini sangat relevan dengan kehidupan mahasiswa masa kini yang kerap terpengaruh oleh media sosial, budaya populer, dan lingkungan sosial yang menuntut penampilan sesuai tren. Penelitian (Candika dkk., 2025) menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif memiliki hubungan yang signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan layanan PayLater karena adanya keinginan untuk memperoleh kepuasan instan meskipun harus berutang. Konsumtif di sini bukan hanya memenuhi kebutuhan primer, tetapi mengikuti tren, prestise, fashion, kebiasaan nongkrong, belanja online, sering memperbarui gadget, dan hidup di antara lingkaran sosial yang mengutamakan penampilan dan kecepatan mengikuti budaya populer (Suyanto dkk., 2025). Beberapa studi menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif pada mahasiswa semakin meningkat karena pengaruh media sosial, budaya selebritas, dan kemudahan akses barang/jasa secara online.

Lebih jauh lagi, muncul pula fenomena psikologis baru dalam masyarakat modern yang dikenal dengan istilah FOMO (Fear of Missing Out), yaitu perasaan takut tertinggal dari tren, kegiatan sosial, atau pengalaman menarik yang sedang populer di kalangan teman sebaya. Mahasiswa dengan tingkat FOMO tinggi cenderung terdorong untuk mengikuti tren konsumsi, mencoba produk baru, atau membeli barang yang sedang viral agar tidak merasa tertinggal secara sosial. Kondisi ini dapat mendorong individu untuk menggunakan PayLater sebagai solusi cepat dalam memenuhi dorongan konsumtif tersebut tanpa memperhatikan kemampuan keuangan aktual (Wibowo dkk., 2023). FOMO yang dipicu oleh paparan media sosial dapat memengaruhi keputusan finansial secara tidak rasional dan meningkatkan kecenderungan penggunaan layanan kredit digital seperti PayLater (Putri Ayu & Safitri, 2025)

Ketika tiga faktor utama tersebut rendahnya literasi keuangan, tingginya gaya hidup konsumtif, dan kuatnya FOMO bekerja secara bersamaan, maka akan menciptakan kombinasi yang berpotensi meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan PayLater. Mahasiswa yang masih berada dalam tahap pembentukan kemandirian finansial dan cenderung memiliki pendapatan terbatas berisiko tinggi dalam menghadapi permasalahan keuangan apabila penggunaan PayLater tidak diimbangi dengan kesadaran finansial yang baik. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian mengenai sejauh mana literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan PayLater.

Secara teoritis, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan penelitian dengan mengkaji secara komprehensif hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan fear of missing out (FOMO) terhadap minat penggunaan PayLater dalam satu model penelitian yang terintegrasi, sekaligus

menghadirkan bukti empiris baru mengenai perilaku keuangan mahasiswa di luar Pulau Jawa, khususnya di Provinsi Lampung, yang hingga kini masih terbatas dikaji secara akademik. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan klarifikasi empiris atas inkonsistensi temuan penelitian sebelumnya terkait pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Dari sisi kebaruan, studi ini menawarkan konteks penelitian baru pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung yang mengalami pertumbuhan signifikan penggunaan PayLater, menggunakan model konseptual integratif yang memadukan Theory of Planned Behavior, Technology Acceptance Model, dan aspek psikologis FOMO untuk menjelaskan minat penggunaan PayLater secara lebih holistik, serta memanfaatkan data empiris terbaru tahun 2025 yang mencerminkan kondisi perilaku finansial mahasiswa di era pascapandemi dengan meningkatnya penggunaan kredit digital dan perubahan gaya konsumsi berbasis teknologi.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku (behavioral intention) dipengaruhi oleh tiga faktor utama yang saling berkaitan, yaitu sikap terhadap perilaku yang mencerminkan penilaian positif atau negatif individu berdasarkan keyakinannya terhadap hasil perilaku tersebut, norma subjektif yang menggambarkan persepsi individu mengenai tekanan atau dukungan sosial dari lingkungan seperti keluarga, teman, dan masyarakat, serta persepsi kontrol perilaku yang menunjukkan sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan, sumber daya, dan kesempatan untuk melakukan suatu tindakan, di mana semakin tinggi persepsi kontrol yang dimiliki, semakin besar pula kemungkinan perilaku tersebut dapat diwujudkan.

Selain menggunakan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) sebagai teori utama, penelitian ini juga diperkuat oleh Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). TAM menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk penting. *Perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerja atau efektivitasnya. *Perceived ease of use* (kemudahan penggunaan), yaitu keyakinan bahwa teknologi tersebut mudah dipelajari dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Kedua konstruk ini kemudian memengaruhi sikap individu terhadap penggunaan teknologi yang berujung pada meningkatnya niat dan perilaku aktual dalam memanfaatkan teknologi tersebut.

Literasi Keuangan dan Minat Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa

Literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa, khususnya dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan fasilitas kredit seperti PayLater. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi cenderung mampu memahami konsep dasar keuangan, termasuk pengelolaan anggaran, risiko utang, bunga, serta konsekuensi keterlambatan pembayaran. Pemahaman tersebut mendorong mahasiswa untuk lebih rasional dan berhati-hati dalam memanfaatkan layanan PayLater, sehingga minat penggunaannya menjadi lebih rendah. Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi keuangan rendah cenderung kurang memahami risiko finansial dan lebih mudah tergoda oleh kemudahan transaksi PayLater tanpa mempertimbangkan kemampuan membayar. Oleh karena itu, literasi keuangan diperkirakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

H1: Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa.

Gaya Hidup Konsumtif dan Minat Penggunaan PayLater di Kalangan Mahasiswa

Gaya hidup konsumtif mencerminkan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan, tren, dan dorongan sosial dibandingkan kebutuhan yang sebenarnya. Mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif tinggi cenderung memiliki intensitas konsumsi yang besar dan sering mencari kemudahan dalam bertransaksi. Kehadiran PayLater menawarkan solusi praktis melalui sistem cicilan, promo, dan kemudahan akses, sehingga menjadi pilihan menarik untuk memenuhi keinginan konsumtif tersebut. Selain itu, orientasi pada citra diri dan status sosial membuat mahasiswa melihat penggunaan PayLater sebagai bagian dari gaya hidup modern dan digital. Dengan demikian, gaya hidup konsumtif diperkirakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

H2: Gaya Hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa.

FOMO (Fear of Missing Out) dan Minat Penggunaan PayLater di Kalangan Mahasiswa

FOMO menggambarkan kondisi psikologis di mana individu merasa cemas apabila tertinggal dari tren, aktivitas, atau pengalaman yang sedang populer di lingkungan sosialnya. Pada kalangan mahasiswa, intensitas penggunaan media sosial memperkuat perasaan FOMO karena paparan konten yang menampilkan gaya hidup ideal dan konsumsi berlebihan. Kondisi ini mendorong mahasiswa untuk segera mengikuti tren, termasuk melakukan pembelian barang atau jasa meskipun kemampuan finansial terbatas. PayLater menjadi alternatif yang dianggap mampu mengatasi keterbatasan dana tersebut, karena memungkinkan pembelian tanpa pembayaran langsung. Oleh karena itu, FOMO diperkirakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

H3: FOMO (Fear of Missing Out) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa.

Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan FOMO secara Simultan terhadap Minat Penggunaan PayLater di Kalangan Mahasiswa

Minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil interaksi antara pemahaman keuangan, pola konsumsi, dan tekanan sosial. Literasi keuangan berperan sebagai faktor pengendali yang mendorong pengambilan keputusan rasional, sementara gaya hidup konsumtif dan FOMO menjadi faktor pendorong yang meningkatkan keinginan untuk menggunakan PayLater. Ketika literasi keuangan rendah dan diiringi gaya hidup konsumtif serta tingkat FOMO yang tinggi, kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan PayLater akan semakin besar. Sebaliknya, literasi keuangan yang baik dapat menekan pengaruh gaya hidup konsumtif dan FOMO. Oleh karena itu, literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO secara simultan diperkirakan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

H4: Literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan Fear of Missing Out (FOMO) terhadap minat penggunaan PayLater pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal, karena bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen melalui data numerik yang dianalisis secara statistik. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung angkatan 2022–2025 yang berjumlah 761 mahasiswa, dengan sampel sebanyak 83 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa aktif yang telah lulus mata kuliah fintech dan pernah menggunakan layanan PayLater.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form dengan skala Likert lima poin, yang bertujuan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, FOMO, dan minat penggunaan PayLater. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, serta sumber resmi lainnya yang relevan untuk mendukung landasan teori dan pembahasan hasil penelitian. Variabel penelitian terdiri atas tiga variabel independen, yaitu literasi keuangan (X_1), gaya hidup konsumtif (X_2), dan FOMO (X_3), serta satu variabel dependen yaitu minat penggunaan PayLater (Y), yang masing-masing dioperasionalkan ke dalam indikator terukur menggunakan skala Likert.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pengujian kualitas data, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Pengujian kualitas data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian layak dan konsisten. Selanjutnya, uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi kriteria BLUE, yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t untuk melihat pengaruh variabel independen secara parsial, uji F untuk pengaruh simultan, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variasi minat penggunaan PayLater pada mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai tanggapan responden terhadap variabel literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, Fear of Missing Out (FOMO), dan minat penggunaan PayLater. Ringkasan hasil tanggapan responden disajikan dalam bentuk rekapitulasi rata-rata skor riil, persentase capaian, serta kriteria penilaian untuk setiap variabel, sehingga memudahkan dalam

melihat kecenderungan persepsi responden secara keseluruhan. Tabel berikut menyajikan hasil rekapitulasi tersebut secara ringkas dan sistematis.

Tabel 1 Deskriptif Statistik

No	Variabel Penelitian	Skor Maksimum	Rata-rata Skor Riil	Persentase (%)	Kriteria
1	Literasi Keuangan (X1)	400	322	80%	Baik
2	Gaya Hidup Konsumtif (X2)	400	211	54%	Cukup
3	Fear of Missing Out (FOMO) (X3)	400	195	49%	Tidak Baik
4	Minat Penggunaan PayLater (Y)	400	204	51%	Tidak Baik

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1 Deskriptif Statistik, dapat diketahui bahwa variabel literasi keuangan (X1) memiliki rata-rata skor riil tertinggi sebesar 322 dengan persentase 80% yang termasuk dalam kriteria baik, menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki pemahaman dan kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai. Variabel gaya hidup konsumtif (X2) memperoleh rata-rata skor riil sebesar 211 dengan persentase 54% yang berada pada kategori cukup, mengindikasikan bahwa responden masih memiliki kecenderungan perilaku konsumtif dalam batas tertentu. Selanjutnya, variabel Fear of Missing Out (FOMO) (X3) menunjukkan rata-rata skor riil sebesar 195 dengan persentase 49% yang tergolong tidak baik, yang berarti sebagian besar responden tidak memiliki dorongan FOMO yang kuat. Sementara itu, variabel minat penggunaan PayLater (Y) memperoleh rata-rata skor riil sebesar 204 dengan persentase 51% dan berada pada kategori tidak baik, menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki minat yang relatif rendah terhadap penggunaan layanan PayLater.

Pengujian Kualitas Data

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara akurat. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, FOMO, dan minat penggunaan PayLater memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan telah mampu mengukur masing-masing variabel penelitian secara tepat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan kestabilan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang sama. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, FOMO, dan minat penggunaan PayLater. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan dapat dipercaya. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis data lebih lanjut.

Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian memenuhi asumsi-asumsi dasar statistik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,411, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi, sehingga model regresi yang digunakan layak untuk dilanjutkan pada tahap analisis regresi dan pengujian hipotesis. Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga model layak digunakan untuk analisis selanjutnya. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada berbagai tingkat nilai variabel independen. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, diketahui bahwa nilai signifikansi seluruh variabel independen lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi dan model regresi dinyatakan layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2 Analisis Linear Berganda

Variabel	Koefisien B	Arah Pengaruh	Keterangan
Konstanta	2,798	-	Nilai dasar Y saat X1, X2, X3 = 0
Literasi Keuangan (X1)	0,193	Positif	Pengaruh positif, relatif kecil
Gaya Hidup Konsumtif (X2)	0,661	Positif	Pengaruh paling dominan
FOMO (X3)	-0,103	Negatif	Pengaruh negatif

Sumber: Data diolah oleh SPSS 30, 2025.

Berdasarkan Tabel 2 hasil analisis regresi linear berganda, diketahui bahwa konstanta sebesar 2,798 menunjukkan nilai dasar minat penggunaan PayLater ketika seluruh variabel independen dianggap konstan. Variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,193, yang mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan cenderung diikuti oleh peningkatan minat penggunaan PayLater, meskipun pengaruhnya relatif kecil. Variabel Gaya Hidup Konsumtif (X2) memiliki koefisien positif terbesar, yaitu 0,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan minat penggunaan PayLater. Sementara itu, variabel FOMO (X3) memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0,103, yang menunjukkan bahwa peningkatan FOMO cenderung menurunkan minat penggunaan PayLater, meskipun arah pengaruh ini perlu dikaji lebih lanjut melalui uji signifikansi.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3 Uji Koefisien Determinasi

Nilai	Persentase	Keterangan
R Square	29,5%	Variasi Y dijelaskan oleh X1, X2, X3
Adjusted R Square	26,7%	Setelah disesuaikan jumlah variabel
Sisanya	73,3%	Dipengaruhi variabel lain di luar model

Sumber: Data diolah oleh SPSS 30, 2025.

Berdasarkan Tabel 2 uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 29,5%, yang menunjukkan bahwa variasi Minat Penggunaan PayLater dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan FOMO secara bersama-sama. Nilai Adjusted R Square sebesar 26,7% mengindikasikan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dalam model, kemampuan penjelasan model sedikit menurun namun tetap menunjukkan kontribusi yang cukup berarti. Sementara itu, sebesar 73,3% variasi minat penggunaan PayLater dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti faktor pendapatan, promosi, kemudahan penggunaan aplikasi, maupun faktor psikologis dan sosial lainnya.

Uji t

Tabel 4 Hasil Uji t

Variabel	t Hitung	Sig.	Keputusan	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,713	0,008	Signifikan	Berpengaruh positif
Gaya Hidup Konsumtif (X2)	2,702	0,008	Signifikan	Pengaruh paling kuat
FOMO (X3)	-0,358	0,721	Tidak signifikan	Tidak berpengaruh

Sumber: Data diolah oleh SPSS 30, 2025.

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada Tabel 3, dapat diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,008 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater. Variabel Gaya Hidup Konsumtif (X2) juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,008 dengan nilai t hitung tertinggi, yang menegaskan bahwa variabel ini berpengaruh positif dan signifikan serta merupakan faktor yang paling kuat dalam memengaruhi minat penggunaan PayLater. Sebaliknya, variabel FOMO (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,721 yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan PayLater secara parsial.

Uji F

Tabel 5 Hasil Uji F

Pengujian	Nilai Statistik	Sig.	Keputusan
Uji F Simultan	F = 10,589	0,000	Model signifikan

Sumber: Data diolah oleh SPSS 30, 2025.

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 10,589 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan FOMO secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan PayLater. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak (fit) dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara bersama-sama.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t), variabel literasi keuangan (X1) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,193 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka dalam menggunakan layanan PayLater.

Hasil ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) khususnya pada aspek *perceived behavioral control*. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi memiliki persepsi kontrol yang lebih baik terhadap perilaku finansialnya, sehingga merasa mampu mengelola risiko penggunaan PayLater. Persepsi kontrol ini kemudian meningkatkan niat (intention) untuk menggunakan PayLater karena individu merasa yakin dapat mengendalikan konsekuensi finansial yang muncul. Dengan kata lain, literasi keuangan berperan dalam membentuk keyakinan bahwa penggunaan PayLater masih berada dalam batas kemampuan finansial yang dapat dikelola. Selain itu, temuan ini juga dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM), di mana mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki persepsi manfaat (*perceived usefulness*) yang lebih tinggi terhadap PayLater. Mereka memahami bahwa layanan tersebut dapat memberikan fleksibilitas pembayaran, efisiensi transaksi, serta kemudahan dalam mengatur arus kas, sehingga meningkatkan minat untuk menggunakannya. Dalam konteks ini, literasi keuangan tidak berfungsi sebagai faktor penghambat, melainkan sebagai faktor pendukung penggunaan teknologi keuangan digital secara lebih rasional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Putri & Listiana, 2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan PayLater, karena individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih percaya diri dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Rizqiyah & Reviandani, 2025) menunjukkan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara literasi keuangan dan minat pengguna terhadap layanan Paylater pada generasi Z di kabupaten Gresik. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih percaya diri dan bijak dalam menggunakan fitur ini, sehingga dapat mengurangi risiko utang yang tidak terkendal. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa literasi keuangan memiliki peran strategis dalam mendorong penggunaan PayLater secara sadar dan terkontrol di kalangan mahasiswa.

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap Minat Penggunaan PayLater di Kalangan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t), variabel gaya hidup konsumtif (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,661 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Selain itu, nilai Standardized Beta sebesar 0,583 menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel independen lainnya dalam memengaruhi minat penggunaan PayLater.

PayLater dalam hal ini berfungsi sebagai instrumen pendukung gaya hidup konsumtif, karena memberikan kemudahan akses terhadap barang dan jasa tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung. Kemudahan tersebut mengurangi hambatan finansial jangka pendek, sehingga mahasiswa dapat tetap mempertahankan gaya hidup yang diinginkan meskipun memiliki keterbatasan dana. Kondisi ini menjelaskan mengapa peningkatan gaya hidup konsumtif secara langsung berkontribusi pada meningkatnya minat penggunaan PayLater.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Theory of Consumer Behavior, yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi individu dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial, termasuk keinginan untuk memperoleh

pengakuan sosial dan kepuasan emosional. Dalam konteks ini, PayLater menjadi sarana yang memfasilitasi perilaku konsumtif karena mampu memenuhi dorongan konsumsi secara cepat dan praktis. Selain itu, dari perspektif Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), gaya hidup konsumtif memengaruhi sikap individu terhadap perilaku penggunaan PayLater, di mana sikap positif terhadap konsumsi instan meningkatkan niat untuk menggunakan layanan tersebut.

Temuan ini konsisten dengan penelitian (Darsono dkk., 2025) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif memiliki pengaruh signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa menggunakan layanan PayLater. Penelitian serupa oleh (Candika dkk., 2025) juga menemukan bahwa gaya hidup konsumtif berperan penting dalam mendorong penggunaan fasilitas pembayaran tertunda di kalangan mahasiswa, karena adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhan simbolik dan gaya hidup modern. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa gaya hidup konsumtif merupakan faktor utama yang mendorong meningkatnya minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa.

Pengaruh FOMO (Fear of Missing Out) terhadap Minat Penggunaan PayLater di Kalangan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t), variabel Fear of Missing Out (FOMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar -0,103 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,721, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan PayLater ditolak.

Secara teoritis, Social Comparison Theory (Festinger, 1954) menjelaskan bahwa individu cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain untuk menilai posisi sosial dan identitas diri. Dalam konteks media sosial, proses perbandingan ini dapat memicu FOMO. Namun, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa proses perbandingan sosial tersebut tidak selalu bermuara pada keputusan finansial yang bersifat transaksional, terutama ketika individu memiliki kontrol diri atau pemahaman keuangan yang memadai. Hal ini memperkuat pandangan bahwa FOMO bersifat kontekstual dan tidak selalu berdampak langsung pada perilaku ekonomi tertentu. Selain itu, hasil ini dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), khususnya pada komponen *perceived behavioral control*. Meskipun mahasiswa mungkin memiliki sikap dan norma subjektif yang mendorong keinginan mengikuti tren, keputusan menggunakan PayLater tetap dipengaruhi oleh sejauh mana individu merasa mampu mengendalikan konsekuensi finansialnya. Jika kontrol perilaku dirasakan cukup tinggi, maka dorongan FOMO tidak otomatis meningkatkan minat penggunaan PayLater.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Aisyah, 2025) yang menyatakan bahwa FOMO tidak selalu berpengaruh langsung terhadap keputusan finansial, melainkan lebih kuat memengaruhi aspek afektif dan emosional individu. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Rizqiyah & Reviandani, 2025) juga menunjukkan jika pengaruh yang dihasilkan oleh FOMO terhadap keputusan pengelolaan keuangan berpengaruh negative yang disebabkan oleh pendidikan formal yang ikut membentuk literasi keuangan, mengatur hubungan antara FoMO dan pengelolaan keuangan pribadi. Pendidikan formal memberikan pengetahuan dasar tentang keuangan seperti tabungan, investasi, dan pengelolaan utang. Dengan demikian, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa FOMO bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa, melainkan lebih berperan sebagai faktor pendukung yang dapat memperkuat pengaruh variabel lain, seperti gaya hidup konsumtif. Temuan ini memberikan implikasi bahwa pengendalian perilaku keuangan mahasiswa tidak cukup hanya dengan mengurangi paparan FOMO, tetapi juga perlu memperkuat literasi keuangan dan kesadaran konsumsi yang rasional.

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan FOMO secara Simultan terhadap Minat Penggunaan PayLater di Kalangan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan (uji F), variabel literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan Fear of Missing Out (FOMO) terbukti secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 10,589 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan PayLater diterima.

Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh kombinasi sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku, gaya

hidup konsumtif memengaruhi sikap terhadap penggunaan PayLater, sedangkan FOMO merepresentasikan norma subjektif dan tekanan sosial. Kombinasi ketiga komponen tersebut secara bersama-sama membentuk minat mahasiswa untuk menggunakan PayLater. Selain itu, dari perspektif Technology Acceptance Model (Davis, 1989), minat penggunaan PayLater juga dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Gaya hidup konsumtif dan FOMO dapat meningkatkan persepsi manfaat PayLater sebagai solusi pembayaran yang praktis dan fleksibel, sementara literasi keuangan memungkinkan mahasiswa mengevaluasi manfaat tersebut secara lebih rasional. Oleh karena itu, meskipun secara parsial FOMO tidak berpengaruh signifikan, keberadaannya dalam model tetap memberikan kontribusi ketika dikombinasikan dengan variabel lain.

Namun demikian, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,267, yang berarti bahwa 26,7% variasi minat penggunaan PayLater dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 73,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO berpengaruh secara simultan, masih terdapat variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat penggunaan PayLater, seperti pendapatan, promosi, kemudahan aplikasi, kontrol diri, maupun pengaruh lingkungan sosial yang lebih luas. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa merupakan fenomena multidimensional, yang dipengaruhi oleh perpaduan antara pemahaman keuangan, pola konsumsi, dan tekanan psikologis. Oleh karena itu, upaya pengendalian penggunaan PayLater tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan memerlukan pendekatan yang komprehensif melalui peningkatan literasi keuangan, pembentukan gaya hidup konsumtif yang lebih rasional, serta penguatan kontrol diri terhadap pengaruh sosial dan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa, di mana gaya hidup konsumtif menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat tersebut. Mahasiswa dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung menggunakan PayLater secara lebih rasional sebagai alat pengelolaan keuangan jangka pendek, sementara kecenderungan gaya hidup konsumtif mendorong penggunaan PayLater untuk memenuhi keinginan dan tren konsumsi. Di sisi lain, Fear of Missing Out (FOMO) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan PayLater, meskipun secara simultan bersama variabel lainnya tetap memberikan kontribusi dalam model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa minat penggunaan PayLater merupakan hasil interaksi antara faktor kognitif dan perilaku, dengan pengaruh psikologis yang relatif lebih lemah secara individual.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian, mahasiswa disarankan untuk terus meningkatkan literasi keuangan agar mampu memahami manfaat, risiko, serta konsekuensi penggunaan PayLater secara lebih bijak dan terencana, serta mengendalikan gaya hidup konsumtif dengan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan agar tidak terjebak dalam masalah keuangan di masa depan. Selain itu, perguruan tinggi diharapkan dapat berperan aktif dalam meningkatkan kesadaran dan kemampuan keuangan mahasiswa melalui program literasi keuangan, baik dalam bentuk mata kuliah, seminar, maupun kegiatan edukatif lainnya, sehingga mahasiswa memiliki bekal yang memadai dalam mengambil keputusan finansial yang bertanggung jawab di tengah pesatnya perkembangan layanan keuangan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Rachmawati Nurfitri, Endang Setyaningsih, Winarsih, & Dimiyati. (2025). Fenomena Peningkatan Penggunaan Paylater di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Perilaku Masyarakat. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5, 2963–2981.
- Aisyah, S. (2025). *Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Flexing Terhadap Penggunaan Pinjaman Online Dengan Literasi Keuangan Sebagai Varabel Moderasi*.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES*, 50, 179–211.
- Aprila, E. S. S., Amna, L. S., Habiburrahman, H., & Rachman, M. E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung. *ECo-Buss*, 8(1), 672–684. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2083>

- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Candika, Y. I., Riadi, F. S., Putri, E. L. H., & Bahtera, N. T. (2025). Kecenderungan penggunaan paylater di kalangan mahasiswa: Peran perilaku konsumtif dan tekanan sosial. *Journal of Management and Digital Business*, 5(2), 685–702. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i2.1862>
- Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena Paylater di Kalangan Mahasiswa: Gaya Hidup, Sosial, dan Motivasi Hedonisme sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 125–138. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26015>
- Pratiwi, & Ni'am. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Economics And Digital Business Review*, .
- Putri Ayu, N., & Safitri, D. (2025). Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. In *Mutiara Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* (Vol. 3, Number 2). <https://jurnal.tiga-mutiara.com/index.php/jimi/index>
- Putri, & Listiana, S. M. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH PAYMENT (PAYLATER) PADA SHOPEE. *Universitas Bung Hatta*.
- Raihanah, P. N. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Mahasiswa Febi Universitas Muhammadiyah Kendari*.
- Rizqiyah, F., & Reviandani, W. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat, dan Pendapatan terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater di Platform Shopee pada Kabupaten Gresik. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15. <https://journal.ikopin.ac.id>
- Suyanto, A., Hafifuddin, H., Asiyah, D., Warsiati, W., & Kusumaningrum, A. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Mahasiswa Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Kajian Studi Literatur). *Indonesian Journal of Economic and Business*, 3(1), 53–61. <https://doi.org/10.58818/ijeb.v3i1.133>
- Wibowo, S. H., Mamesah, M., & Hanim, W. (2023). *Hubungan Antara Impostor Syndrom Dengan Resiliensi Akademik Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*.