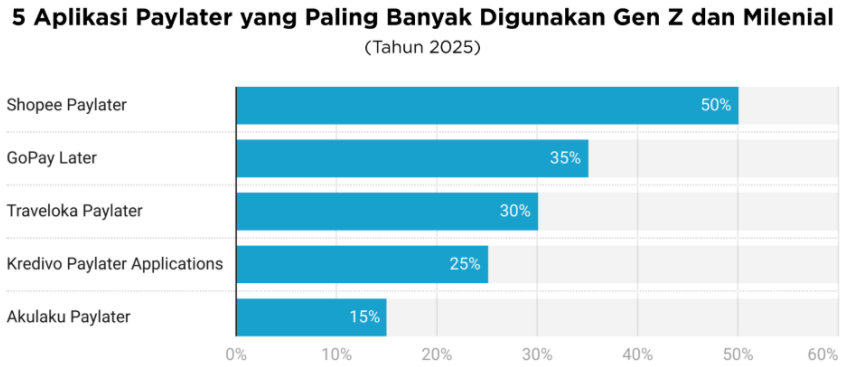
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam 20 tahun terakhir telah mengubah cara orang berinteraksi, bekerja, dan berbelanja. Internet yang semakin global, penggunaan smartphone yang meluas, dan berkembangnya ekonomi digital membuat cara orang berbelanja menjadi lebih mudah. Ini menyebabkan transaksi online meningkat dan membuat gaya hidup semakin cepat, di mana orang lebih memilih kemudahan dalam mengakses produk dan layanan keuangan berbasis teknologi. Salah satu hal yang mendorong perilaku konsumtif adalah inovasi teknologi keuangan (*fintech*), khususnya *layanan Buy Now Pay Later (BNPL*). BNPL memungkinkan konsumen membeli barang sekarang dan membayar nanti tanpa menggunakan kartu kredit, yang membuat produk terasa lebih terjangkau. (Bian Lin et al., 2023) menemukan bahwa penggunaan *e-wallet* dan BNPL memperluas akses kredit dan meningkatkan pengeluaran konsumen. Sistem ini menciptakan perasaan bahwa barang lebih terjangkau, yang mendorong orang untuk membeli lebih banyak meskipun kondisi keuangan mereka tidak mendukung.

Di Indonesia, penggunaan layanan semakin populer, terutama di kalangan generasi muda. Salah satu layanan yang banyak digunakan adalah Shopee Paylater, yang memungkinkan konsumen membeli barang dan membayar di kemudian hari. Data terbaru menunjukkan bahwa pada tahun 2025, sekitar 50% pengguna *PayLater* berasal dari generasi Z dan milenial, dengan Shopee Paylater menjadi aplikasi yang paling sering digunakan.



Gambar 1.1 5 Aplikasi PayLater yang paling banyak digunakan Gen Z dan Milenial

Sumber: IDN Research Institute

Gambar 1.1 menunjukkan 5 aplikasi *PayLater* yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z dan Milenial pada tahun 2025. Data menunjukkan bahwa Shopee Paylater berada di urutan pertama dengan 50% pengguna. Hal ini menunjukkan dominasi Shopee dalam pasar layanan *PayLater*, yang semakin populer di kalangan konsumen muda, terutama Gen Z dan Milenial. Aplikasi ini menjadi pilihan utama karena menawarkan kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi, memungkinkan pengguna membeli barang dan membayar nanti tanpa perlu khawatir tentang pembayaran tunai langsung. Meskipun ada aplikasi lain seperti GoPay *Later*, Traveloka *PayLater*, Kredivo, dan Akulaku *PayLater* yang juga menawarkan layanan serupa, Shopee Paylater tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen muda di Indonesia karena kemudahan dan fleksibilitas dalam pembayaran. Layanan *PayLater* ini memberi kenyamanan dalam bertransaksi, namun juga membawa tantangan dalam mengatur keuangan pribadi. Generasi muda yang belum memiliki penghasilan tetap dan masih belajar mengelola keuangan, lebih rentan melakukan pembelian impulsif. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan pemahaman tentang keuangan di kalangan pengguna *PayLater* agar mereka bisa membuat keputusan finansial yang lebih bijak dan terhindar dari masalah keuangan. Layanan *PayLater* memberikan kemudahan akses ke pembiayaan konsumtif, yang sangat menarik bagi generasi muda yang sering kesulitan mengatur keuangan pribadi. Fitur ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan pembelian tanpa

pembayaran langsung, sehingga menjadi daya tarik bagi individu yang ingin memenuhi keinginan konsumtif secara cepat tanpa menggunakan uang tunai. Namun, kemudahan tersebut juga berpotensi memengaruhi pengelolaan keuangan, khususnya pada mahasiswa dan kelompok usia muda yang belum memiliki penghasilan tetap. (IDN Research Institute, 2025)

Menurut (Eria & Hardhika, 2021)mahasiswa merupakan salah satu kelompok utama yang menjadi target perkembangan teknologi *PayLater*. Berdasarkan penelitian dari MoneySmart.Indonesia (2020), pengeluaran mahasiswa terbagi dalam beberapa kategori gaya hidup, antara lain 10,8% untuk hiburan (seperti menonton atau konser), 37,7% untuk perjalanan (termasuk tiket transportasi), 23,3% untuk nongkrong (makanan dan minuman), 7,1% untuk internet (paket data dan pulsa), serta 21,1% untuk belanja produk bermerek. Kebiasaan belanja mahasiswa kini semakin beragam dan kompleks, dengan karakteristik utama seperti pemahaman yang luas tentang teknologi terkini, terbuka terhadap inovasi baru, dan merasa bebas dalam memenuhi keinginan mereka. Media sosial kini menjadi platform utama bagi mahasiswa untuk mencari informasi tentang produk, dengan banyak dari mereka mengandalkan media sosial untuk mendapatkan informasi terkait merek dan harga sebelum memutuskan untuk membeli, menjadikannya faktor penting dalam keputusan pembelian.

Sejalan dengan temuan (Asisi, 2020) bahwa mahasiswa cenderung meniru pola konsumsi yang mengikuti perkembangan tren. Perubahan gaya hidup tersebut lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan pergaulan dibandingkan oleh kebutuhan yang bersifat mendasar. Pada fase ini, teman sebaya sering dijadikan sebagai acuan dalam berperilaku, sehingga muncul dorongan untuk menyesuaikan diri dengan tren yang sedang populer agar diterima dalam lingkungan sosial. Kondisi ini tercermin dalam pengelolaan uang saku mahasiswa, di mana sebagian mahasiswa lebih memprioritaskan pengeluaran untuk memenuhi gaya hidup dan tren terkini dibandingkan kebutuhan akademik. Keputusan pembelian yang didorong oleh keinginan, bukan kebutuhan, membuat mahasiswa

semakin rentan terhadap perilaku konsumtif. Penggunaan layanan *paylater* turut memperkuat kecenderungan tersebut karena memberikan kemudahan berbelanja tanpa pembayaran langsung, sehingga mahasiswa lebih mudah memenuhi keinginan konsumtif tanpa mempertimbangkan dampak keuangan jangka panjang.

Hal ini membuat pengguna *PayLater* di kalangan mahasiswa semakin rentan terhadap pembelian impulsif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan risiko terjebak dalam utang yang tidak terkendali. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ekonomi et al., 2023) yang menunjukkan bahwa Shopee Paylater memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menemukan bahwa kemudahan yang ditawarkan oleh fitur Shopee Paylater memungkinkan mahasiswa untuk membeli barang tanpa harus membayar langsung, yang akhirnya mendorong mereka untuk lebih sering berbelanja meskipun uangnya tidak tersedia saat itu. Shopee Paylater memberi kemudahan bagi konsumen untuk membeli barang dan membayarnya nanti. Fitur ini mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa karena beberapa alasan. Shopee Paylater memberi kemudahan bagi mahasiswa untuk bertransaksi tanpa harus membayar segera. Ini memungkinkan mereka membeli barang atau jasa yang mungkin sulit mereka beli jika harus membayar di tempat.

Untuk memperoleh fenomena perilaku konsumtif, peneliti melakukan pra-survei terhadap 35 mahasiswa Universitas Kuningan Angkatan 2022 yang menggunakan Shopee Paylater Pra-survei ini dilakukan untuk melihat kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa serta peran literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antara *self-control*, *Lifestyle*, dan penggunaan Shopee Paylater.

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survei 35 Responden Mahasiswa Universitas Kuningan Angkatan 2022 pengguna Shopee Paylater

No	Pernyataan	Jawaban Responden		Presentase Jawaban Responden		Total
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	
1	Apakah Anda pernah membeli barang menggunakan Shopee Paylater secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya?	25	10	71,4%	28,6%	35
2	Apakah Anda pernah membeli barang menggunakan Shopee Paylater meskipun barang tersebut sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan?	22	13	62,9%	37,1%	35
3	Apakah promo atau diskon membuat Anda tertarik menggunakan Shopee Paylater	30	5	85,7%	14,3%	35

No	Pernyataan	Jawaban Responden		Presentase Jawaban Responden		Total
	untuk membeli barang?					
4	Apakah Anda mempertimbangkan kemampuan membayar tagihan sebelum menggunakan Shopee Paylater*?*	17	18	48,6%	51,4%	35
5	Apakah Anda mampu menahan keinginan membeli barang yang tidak dibutuhkan meskipun tersedia fitur Shopee Paylater?	18	17	51,4%	48,6%	35
6	Apakah Anda memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan saat menggunakan Shopee Paylater?	19	16	54,3%	45,7%	35
7	Apakah berbelanja *online* menggunakan Shopee Paylater	19	16	54,3%	45,7%	35

No	Pernyataan	Jawaban Responden		Presentase Jawaban Responden		Total
	sudah menjadi bagian dari kebiasaan Anda?					
8	Apakah Anda tertarik membeli produk yang sedang tren menggunakan Shopee Paylater?	23	12	65,7%	34,3%	35
9	Apakah Anda mengetahui bahwa Shopee Paylater merupakan layanan kredit yang harus dibayar di kemudian hari?	22	13	62,9%	37,1%	35
10	Apakah Anda merencanakan pengeluaran sebelum menggunakan Shopee Paylater?	15	20	42,9%	57,1%)	35

Sumber data: Pra-Survei Penelitian 2026

Berdasarkan hasil pra survei terhadap 35 responden mahasiswa pengguna Shopee Paylater, diketahui bahwa sebagian besar responden menunjukkan perilaku konsumtif, dimana 71,4% responden melakukan pembelian secara spontan dan 85,7% tertarik menggunakan Shopee Paylater

karena adanya promo atau diskon. Selain itu, masih terdapat responden yang memiliki pengendalian diri yang rendah, ditunjukkan dengan 51,4% responden tidak mempertimbangkan kemampuan membayar sebelum menggunakan Shopee Paylater. Dari sisi literasi keuangan, sebanyak 57,1% responden juga tidak merencanakan pengeluaran sebelum menggunakan Shopee Paylater. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Shopee Paylater berpotensi mendorong perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Mahasiswa angkatan 2022 dipilih sebagai responden pra-survei karena berada pada fase awal kemandirian finansial, aktif menggunakan *e-commerce* dan media sosial, serta lebih sering terpapar promosi digital dan fitur *paylater*. Selain itu, mahasiswa angkatan 2022 umumnya telah memiliki pengalaman yang lebih dalam mengelola keuangan pribadi serta lebih familiar dengan penggunaan layanan kredit digital seperti Shopee Paylater dibandingkan angkatan yang lebih baru.

Sementara itu, mahasiswa angkatan 2023 dan 2024 tidak termasuk dalam penelitian ini karena masih berada pada tahap awal perkuliahan, sehingga tingkat kemandirian finansial, pengalaman dalam mengelola keuangan, serta penggunaan layanan kredit digital relatif lebih rendah dan belum stabil. Kondisi tersebut dikhawatirkan dapat mempengaruhi keakuratan data dalam menggambarkan perilaku konsumtif yang diteliti.

Oleh karena itu, pemilihan mahasiswa angkatan 2022 dinilai lebih relevan untuk menggambarkan fenomena perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh *self-control*, *Lifestyle*, dan literasi keuangan.

Menurut (Maghfiroh et al., 2023) Kontrol diri (*Self-Control*) adalah suatu variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk mengubah perilaku mereka, mengelola informasi, dan memilih tindakan yang dianggap paling tepat. *Self-Control* mencerminkan keputusan yang diambil individu melalui penilaian kognitif untuk menyusun perilaku yang terstruktur guna mencapai hasil dan tujuan yang telah ditetapkan. Kemampuan *Self-Control* ini penting agar seseorang dapat mengendalikan dirinya dan membuat keputusan keuangan yang bijak, sehingga tidak mudah terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu,

dalam penelitian (Maghfiroh et al., 2023) menunjukkan bahwa *Self-Control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan individu. Individu dengan tingkat *Self-Control* yang baik cenderung lebih mampu mengatur pengeluaran, menunda pembelian yang tidak mendesak, serta mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan keuangan yang diambil. Sebaliknya, rendahnya *Self-Control* dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian secara impulsif, yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif. Kontrol diri *(Self-Control)* juga terbukti memiliki peran penting dalam perilaku konsumtif. Individu dengan kontrol diri rendah cenderung tidak mampu menahan keinginan membeli barang meskipun tidak terlalu dibutuhkan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Amalia Putri et al., 2024) menemukan bahwa kemampuan *Self-Control* mahasiswa terhadap perilaku *impulsive buying* dalam belanja online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Self-Control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Mahasiswa dengan tingkat *Self-Control* yang tinggi cenderung mampu menahan dorongan untuk membeli secara impulsif, terutama pada momen promosi seperti tanggal kembar. Temuan ini menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa di lingkungan digital.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Ningsih & Anita, 2025) menemukan bahwa *Self-Control* mampu menekan perilaku impulsif serta berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pada pengguna Shopee Paylater Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada impulsive buying sebagai variabel mediasi dan terbatas pada konteks penggunaan *PayLater*. Penelitian oleh (Mufassiro et al., 2025) menemukan bahwa *Self-Control* tidak berpengaruh signifikan terhadap impulsive buying. Hal ini terjadi karena perilaku pembelian impulsif lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti intensitas promosi, kemudahan transaksi pada layanan fintech, serta tekanan lingkungan sosial yang mendorong individu untuk berbelanja secara spontan. Kondisi tersebut membuat peran *Self-Control* menjadi kurang dominan, karena kemudahan akses dan rangsangan dari luar dapat

memicu keputusan pembelian tanpa perencanaan, meskipun individu sebenarnya memiliki kemampuan untuk mengendalikan diri. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang belum konsisten. Ada yang menyatakan *Self-Control* dapat menekan perilaku konsumtif, tetapi ada juga yang menemukan tidak berpengaruh karena lebih kuatnya faktor promosi, kemudahan transaksi, dan lingkungan. Selain itu, penelitian tentang perilaku konsumtif pada pengguna *PayLater*, khususnya mahasiswa, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kembali pengaruh *Self-Control* dan *Lifestyle* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Di sisi lain, gaya hidup (*Lifestyle*) modern juga menjadi faktor yang memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif pada pengguna *PayLater*. Gaya hidup hedonis, dorongan untuk mengikuti tren, serta kebutuhan untuk menjaga citra sosial di media sosial mendorong individu, termasuk mahasiswa, untuk melakukan pembelian secara impulsif dan tanpa perencanaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis serta kebiasaan belanja berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna layanan *PayLater*, yang menunjukkan keterkaitan antara gaya hidup konsumtif dengan perilaku pembelian impulsif di era digital (Bila & Marlena, 2024) Selain itu, terdapat pengaruh signifikan antara pola hidup konsumtif dan motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan untuk berbelanja demi kesenangan pribadi, tanpa mempertimbangkan kebutuhan finansial yang rasional, dapat memperburuk perilaku keuangan pengguna layanan *PayLater*. (Aliza Sari et al., 2024) mengungkapkan bahwa motivasi belanja hedonis, yang berhubungan dengan pencarian kepuasan atau hiburan melalui belanja, dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan. Ketika pengendalian diri lemah, kemudahan dan dorongan untuk memenuhi keinginan sesaat membuat konsumen rentan terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan Oleh karena itu, penting untuk menyediakan edukasi keuangan yang tidak hanya berfokus pada literasi keuangandasar, tetapi juga pada pengendalian diri dan pemahaman yang

lebih dalam tentang dampak jangka panjang dari pembelian impulsif. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa *PayLater* bukan hanya menjadi metode pembayaran alternatif, tetapi telah berkembang menjadi gaya hidup baru. (Azmi et al., 2025) menemukan bahwa penggunaan Shopee Paylater secara signifikan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa, terutama ketika dipadukan dengan gaya hidup konsumtif yang sudah ada sebelumnya Temuan ini menunjukkan bahwa *PayLater* memberi ruang bagi konsumen untuk membeli barang tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan saat ini, sehingga dorongan untuk berbelanja menjadi lebih tinggi.

(Kamil et al., 2024)menemukan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengeluaran pada pengguna sistem *PayLater*. Artinya, pola hidup yang cenderung mengikuti tren dan tingkat pemahaman keuangan seseorang dapat memengaruhi bagaimana ia menggunakan fasilitas *PayLater* dalam berbelanja. Selain itu, (Syifaudin, 2024) juga menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan keputusan pembelian pada pengguna Shopee Paylater. Individu dengan gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan, tren, dan penampilan cenderung lebih mudah tertarik untuk membeli barang meskipun bukan kebutuhan utama.

Meskipun beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *PayLater*, kajian tersebut umumnya masih melihat *Lifestyle* sebagai satu faktor saja. Penelitian yang mengkaji perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater pada mahasiswa dengan melibatkan *Self-Control* dan literasi keuangan sebagai variabel moderasi masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh *Lifestyle* terhadap perilaku konsumtif secara lebih mendalam.

Pengaruh *Self-Control* dan *Lifestyle* terhadap perilaku konsumtif tidak selalu sama pada setiap individu. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya faktor lain yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *Self-Control* dan *Lifestyle* dengan perilaku konsumtif. Salah satu faktor yang memengaruhi perbedaan tersebut adalah literasi keuangan, karena

berkaitan langsung dengan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keputusan keuangan. Oleh karena itu, literasi keuangan diposisikan sebagai variabel moderasi. Literasi keuangan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif pengguna layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL). Hal ini sejalan dengan penelitian (Halim et al., n.d.) rendahnya tingkat literasi keuangan membuat konsumen kurang memahami risiko penggunaan BNPL, seperti denda, biaya keterlambatan, serta dampak penumpukan cicilan terhadap kondisi keuangan jangka panjang Kondisi tersebut menyebabkan konsumen, khususnya generasi muda, lebih rentan melakukan pembelian tanpa perencanaan dan cenderung mengalami konsumsi berlebihan seiring dengan kemudahan akses teknologi keuangan digital. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi keuangan dapat mendorong perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai.

Individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah juga cenderung mengalami kesulitan dalam mengendalikan penggunaan utang konsumtif, termasuk dalam pemanfaatan layanan *PayLater* (Putri et al., 2025). Sebaliknya, literasi keuangan membantu individu memahami risiko penggunaan *PayLater*, seperti bunga, biaya keterlambatan, serta dampak jangka panjang dari akumulasi utang, sehingga mendorong pengambilan keputusan keuangan yang lebih hati-hati dan rasional (Kusumawati et al., 2023). Perbedaan tingkat literasi keuangan tersebut menyebabkan perbedaan kemampuan individu dalam mengelola keputusan keuangannya.

Secara konsep, kondisi ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat memengaruhi kuat atau lemahnya pengaruh faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif, seperti *Self-Control* dan *Lifestyle* . Hal ini sejalan dengan penelitian (Litamahuputty et al., n.d.) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memoderasi hubungan antara penggunaan teknologi finansial dan perilaku konsumtif konsumen. Literasi keuangan memengaruhi cara individu menilai manfaat dan kemudahan penggunaan layanan finansial digital, sehingga keputusan yang diambil didasarkan pada pertimbangan keuangan yang lebih matang.

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, tingginya penggunaan *PayLater* di Indonesia berkaitan dengan *Self-Control* dan *Lifestyle* yang memengaruhi perilaku konsumtif. Dalam hubungan tersebut, literasi keuangan berperan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi tingkat perilaku konsumtif yang muncul. Peran literasi keuangan membantu menjelaskan bagaimana *Self-Control* dan *Lifestyle* membentuk perilaku konsumtif, khususnya pada mahasiswa yang berada pada tahap awal kemandirian finansial dan menghadapi pengaruh perkembangan teknologi digital.

Di Indonesia, fenomena penggunaan layanan *PayLater* semakin berkembang pesat, terutama di kalangan mahasiswa Salah satu layanan *PayLater* yang paling banyak digunakan adalah Shopee Paylater, yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang dan membayar di kemudian hari. Mahasiswa merupakan kelompok yang sangat dekat dengan teknologi, aktif berbelanja online, dan rentan terpengaruh oleh tren digital. Penelitian (Amalia Putri et al., n.d.) yaitu Kemampuan *Self-Control* Mahasiswa Terhadap *Impulsive Buying* Belanja Online di Tanggal Kembar, menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat kontrol diri rendah lebih mudah terpicu melakukan pembelian impulsif ketika muncul promo tanggal kembar, flash sale, atau penawaran terbatas waktu.

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh *Self-Control* dan *Lifestyle* pada mahasiswa. Beberapa penelitian juga mengkaji literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan individu. Namun, penelitian yang menempatkan literasi keuangan sebagai *variabel moderasi* dalam hubungan antara gaya hidup dan *Self-Control* terhadap perilaku konsumtif pada pengguna Shopee Paylater masih terbatas, khususnya pada mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi celah penelitian tersebut.

Berdasarkan berbagai fenomena dan temuan penelitian sebelumnya, penggunaan layanan Shopee Paylater di kalangan mahasiswa menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh gaya hidup dan kontrol diri. Literasi keuangan dipandang memiliki peran penting dalam

mengendalikan perilaku tersebut melalui fungsinya sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, peneliti memilih judul "**Pengaruh *Self-Control* dan *Lifestyle* terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee PayLater dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Kuningan Angkatan 2022)"** untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumtif mahasiswa serta faktor-faktor yang memengaruhinya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Self-Control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee Paylater?
2. Bagaimana pengaruh *Lifestyle* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater?
4. Apakah literasi keuangan berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Self-Control* dan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee Paylater?
5. Apakah literasi keuangan berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Lifestyle* dan perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *Self-Control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater.
2. Menganalisis pengaruh *Lifestyle* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee Paylater.
3. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee Paylater.

4. Menganalisis peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Self-Control* dan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee Paylater.
5. Menganalisis peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Lifestyle* dan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee Paylater.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoretis:

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa, penggunaan layanan *PayLater*, serta peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi.

b. Manfaat Praktis

   1. Bagi Mahasiswa

      Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam mengelola keuangan secara bijak serta mengendalikan perilaku konsumtif dalam menggunakan layanan Shopee PayLater.

   2. Bagi Peneliti Selanjutnya

      Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku konsumtif, literasi keuangan, dan layanan keuangan digital.