PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA *PAYLATER* PADA *E-COMMERCE*

SKRIPSI

Oleh :

Saniya Salsabila

19312044

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA *PAYLATER* PADA *E-COMMERCE*

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII.

Oleh:

Saniya Salsabila

19312044

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku"

Yogyakarta, 7 April 2023

Penulis,



(Saniya Salsabila)

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA PAYLATER PADA E-COMMERCE

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama: Saniya Salsabila

No. Mahasiswa: 19312044

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 7 April 2023

Dosen Pembimbing,



(Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D.)

BERITA ACARA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA PAYLATER PADA E-COMMERCE

Disusun oleh : SANIYA SALSABILA

Nomor Mahasiswa : 19312044

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 10 Mei 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D. .....

Penguji : Reni Yendrawati, Dra., M.Si., CFra. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Bapak dan Ibu. Keduanya yang telah membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai.

MOTTO

"Tetaplah bertahan hidup walaupun kamu ingin mengakhirinya, karena semua pasti ada alasan dibalik bertahannya kita."

-otto

"*One day you will thank for Allah for the door He has Closed. You will be grateful that it didn't work out for you. Allah's plans are better than our wishes."*

*"*Semua perjuangan akan lupa lelahnya, saat apa yang diperjuangkan tidak hanya sekedar bernilai untuk diri sendiri tetapi juga untuk orang banyak"

-Tulus

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna PayLater", sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar sarjana jenjang Pendidikan strata atau S1 pada program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala kemudahan, nikmat, dan karunia-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW, yang selalu menjadi panutan yang baik.
3. Orang tua penulis, Bapak Suparmo dan Ibu Kaitri yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan, dan memberikan dukungan terbaik sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
4. Bapak Fathul Wahid, ST., M, Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia periode 2022-2026, dan seluruh jajaran pemimpin universitas.

5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia periode 2022-2026, dan seluruh jajaran pemimpin fakultas.
6. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Ibu Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D., selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih atas waktu, nasehat, kritik, saran serta arahan yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, Pegawai, Staff Jurusan Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah mencurahkan waktu untuk membekali ilmu kepada penulis selama menyelesaikan studi di bangku perkuliahan.
9. Sahabat penulis yang sudah seperti keluarga Nabila, Ika, dan Lista yang selalu menemani, membantu, dan menyemangati penulis.
10. Kepada Muhammad Rafli Tirta yang telah membersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan tugas akhir dan telah berkontribusi banyak dalam penulisan tugas akhir ini.
11. Teman seperjuangan Salsabila Nadhifa Nur Utariffa terima kasih sudah menjadi teman terbaik selama menempuh perkuliahan ini dan senantiasa membantu dalam pembuatan tugas akhir ini.
12. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian tugas akhir ini.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuannya dalam terselesaikannya skripsi ini.

Penulis berdoa semoga kebaikan semua kerabat di atas dibalas oleh Allah SWT dan berharap semoga skripsi ini dapat membantu dan bermanfaat bagi penulis dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ii
BERITA ACARA iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
MOTTO vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR TABEL xiii
ABSTRAK xv
ABSTRACT xv
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 8
1.5 Sistematika Penelitian 8
BAB II 10
KAJIAN PUSTAKA 10
2.1 Landasan Teori 10
2.1.1 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*2 (UTAUT2) 10
2.1.2 Literasi Keuangan (*Financial Literacy*) 11

2.1.3 Pengendalian Diri (*Self Control*) 12
2.1.4 Pengaruh Sosial (*Social Influence*) 13
2.1.5 Perilaku Konsumtif 14
2.1.6 PayLater 14
2.1.7 E-Commerce 15
2.2 PenelitianTerdahulu 16
2.3 Hipotesis Penelitian 19
2.3.1 Hubungan Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif Pengguna *PayLater* 19
2.3.2 Hubungan Pengendalian Diri dan Perilaku Konsumtif Pengguna *PayLater* 20
2.3.3 Hubungan Pengaruh Sosial dan Perilaku Konsumtif Pengguna *PayLater* 21
2.4 Kerangka Penelitian 22
BAB III 23
METODOLOGI PENELITIAN 23
3.1 Populasi dan Sampel 23
3.2 Jenis dan Sumber Data 23
3.3 Teknik Pengambilan Sampel 24
3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel 25
3.4.1 Literasi Keuangan 25
3.4.2 Pengendalian Diri 25
3.4.3 Pengaruh Sosial 26
3.4.4 Perilaku Konsumtif 27
3.5 Metode Analisis Data 28
3.5.1 Model Pengukuran (outer Model) 28

3.5.2 Model Struktural (Inner Model) 28
BAB IV 29
HASIL DAN PEMBAHASAN 29
4.1 Hasil Pengumpulan Data 29
4.2 Karakteristik Responden 30
4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia 30
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 30
4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan 31
4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan 31
4.2.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan E-commerce yang Digunakan 32
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian 33
4.4 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model) 35
4.4.1 Hasil Uji Validitas 35
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas 39
4.5 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*) 40
4.6 Pengujian Hipotesis 40
4.6.1 H1: Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater* 41
4.6.2 H2: Pengendalian Diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater* 42
4.6.3 H3: Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater* 42
BAB V 44
PENUTUP 44
5.1 Kesimpulan 44
5.2 Keterbatasan Penelitian 44

5.3 Saran 45
REFERENSI 46
LAMPIRAN 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hasil survei e-commerce dengan jumlah pengunjung terbanyak..... 2
Gambar 2 Hasil Survei Jumlah pengguna aplikasi Paylater 5
Gambar 3 model UTAUT 11
Gambar 4. Kerangka Penelitian 22

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 16
Tabel 3. 1 Indikator Literasi Keuangan..... 25
Tabel 3. 2 Indikator Pengendalian Diri 25
Tabel 3. 3 Indikator Pengaruh Sosial 26
Tabel 3. 4 Indikator Perilaku Konsumtif..... 27
Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data..... 29
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia 30
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 30
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan 31
Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan..... 31
Tabel 4. 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan E-commerce yang Digunakan.... 32
Tabel 4. 7 Interval Penelitian 33
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian 34
Tabel 4. 9 Hasil Outer Loading..... 36
Tabel 4. 10 Modifikasi Outer Loading..... 37
Tabel 4. 11 Average variance extracted (AVE) 38
Tabel 4. 12 Cross Loading 38

Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas 39
Tabel 4. 14 R-Square..... 40
Tabel 4.15 Path Coefficient..... 41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 50
Lampiran 2 54
Lampiran 3 72

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan Pengaruh sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna payLater. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia yang memiliki dan menggunakan PayLater. Data penelitian ini diperoleh dari hasil pengumpulan kuesioner online menggunakan google form sehingga didapatkan 178 responden. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi *Partial Least Square* dengan software SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, pengendalian diri, dan Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna PayLater.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Pengaruh Sosial, Perilaku Konsumtif, PayLater.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of financial literacy, self-control, and social influence on the consumptive behavior of payLater users. This research uses quantitative methods. The population of this study is all Indonesian people who own and use PayLater. The research data was obtained from the results of collecting online questionnaires using the Google form so that 178 respondents were obtained. Hypothesis testing in this study used the Partial Least Square application with SmartPLS 4 software. The results of this study indicate that financial literacy, self-control, and social influence have a positive effect on the consumptive behavior of PayLater users.

Keywords: Financial Literacy, Self-Control, Social Influence, Consumptive Behavior, PayLater.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

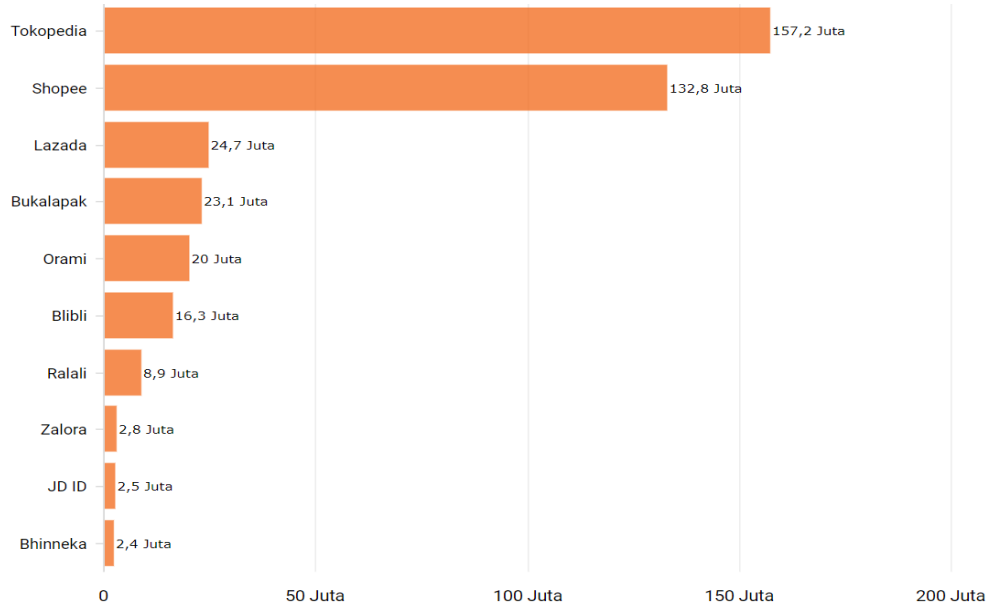
Pada saat ini perkembangan teknologi dan transformasi digital tidak dapat dihindari dan hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari menggunakan teknologi. Munculnya penerapan financial technology atau yang dikenal dengan fintech telah mempercepat tumbuhnya layanan keuangan saat ini. Teknologi ini berdampak pada ekonomi dan memiliki pengaruh pada perencanaan keuangan. Dengan adanya teknologi ini kesenjangan sosial dan ekonomi yang ada saat ini dapat dikurangi dengan adanya layanan keuangan yang lebih mudah diakses (Telukdarie & Mungar, 2023).

Salah satu bentuk teknologi keuangan yang berguna untuk menyimpan uang secara digital dan dapat digunakan untuk bertransaksi yaitu dompet digital atau dikenal dengan e-wallet. Dompet digital atau e-wallet merupakan inovasi yang muncul sebagai solusi pembayaran elektronik yang inovatif. E-wallet juga dapat digunakan untuk bertransaksi online seperti berbelanja online, membayar tagihan, membeli pulsa, hingga investasi (Kapoor et al., 2022). Telah dibuktikan bahwa e-wallet mudah digunakan dan merupakan metode pembayaran yang relatif mudah karena pengguna tidak perlu membawa uang tunai saat berpergian. Beberapa aplikasi dompet digital atau e-wallet yang mengikuti perkembangan antara

lain yaitu, OVO, ShopeePay, Go-Pay, Dana, dan Link Aja. Dengan aplikasi tersebut dapat mempermudah transaksi di berbagai aktivitas seperti pembayaran pesan antar makanan, ojek online, hingga pembayaran tagihan listrik atau telepon (Tarantang et al., 2019). Kini e-wallet telah menggeser metode pembayaran dengan transfer bank pada e-commerce.

E-commerce adalah pembelian, penjualan, dan pemasaran barang atau jasa melalui sistem elektronik seperti jaringan personal komputer atau internet, radio, dan televisi. E-commerce merupakan penggunaan jaringan komunikasi dan personal computer untuk melaksanakan proses bisnis. Selain itu e-commerce juga dapat diartikan sebagai aktivitas atau transaksi pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa dengan menggunakan jaringan internet (Purwaningtias, 2018).

Sumber: Databok, 2022



Gambar 1. Hasil survei e-commerce dengan jumlah pengunjung terbanyak

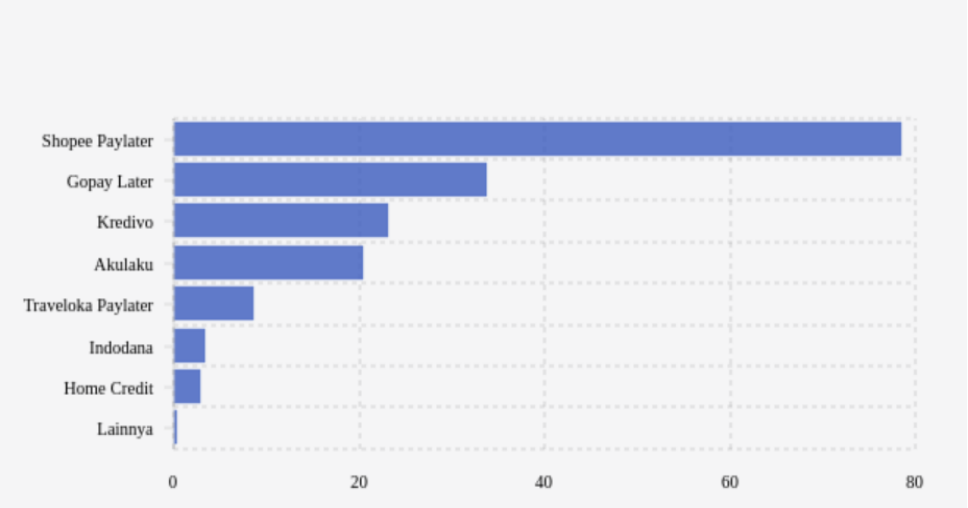
Berdasarkan gambar di atas jumlah pengunjung e-commerce tertinggi di duduki oleh Tokopedia dengan rata-rata pengunjung bulanan di tahun 2022 mencapai 157,2 juta. Sementara itu shopee berada pada urutan kedua dengan jumlah pengunjung mencapai 132,77 juta. Disusul dengan Lazada yang berada pada tingkat ketiga dengan jumlah pengunjung 24,68 juta dan kemudian Bukalapak mencapai 23,1 juta pengunjung. Sementara Orami berada di urutan ke lima, Blibli pada urutan ke enam, Ralali menempati urutan ke tujuh, sedangkan Zalora menepati posisi kedelapan, JD.ID berada pada posisi ke Sembilan, dan bhinneka berada posisi terakhir dengan jumlah pengunjung seperti pada gambar.

Semakin banyaknya jumlah pengguna e-commerce di Indonesia beberapa perusahaan menyediakan beberapa inovasi baru dalam berupa pinjaman online tanpa menggunakan kartu kredit, dengan sistem sekali bayar atau juga dapat dicicil yang disebut dengan PayLater. PayLater merupakan fasilitas keuangan yang menggunakan metode pembayaran dengan cara mencicil tanpa kartu kredit. Perusahaan digital akan melakukan pembayar terdahulu saat konsumen membeli, kemudian, konsumen akan membayar kepada perusahaan sesuai dengan tagihan berdasarkan tanggal jatuh tempo di bulan selanjutnya. Fitur payLater merupakan salah satu tren yang mampu memikat kaum milenial yang cukup besar. Terdapat limit pemakaian maksimal dan jatuh tempo untuk pembayaran yang umumnya digunakan dengan bayar sekali atau beberapa kali seperti kartu kredit (Prastiwi & Fitria, 2021).

Paylater merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan dalam menarik minat pengguna, karena dengan adanya metode beli sekarang bayar nanti (PayLater) akan meningkatkan jumlah konsumen. Terdapat beberapa e-commerce di Indonesia yang telah menyediakan layanan paylater sebagai strategi perusahaan diantaranya yaitu Traveloka, Shopee, Lazada, Tokopedia, dan Blibli (Eviana & Saputra, 2022).

Menurut riset yang dilansir dari databooks jumlah pengguna layanan beli sekarang bayar nanti (*PayLater*) yang paling banyak diminati konsumen sepanjang tahun 2021 diduduki oleh shopee paylater berada pada tingkat persentase 78,4%, selanjutnya pada tingkat kedua yaitu Gopay later dengan tingkat persentase sebesar 33,8%, pada tingkat ketiga dengan jumlah 23,2% yaitu menggunakan Kredivo, Akulaku menduduki pada tingkat keempat dengan persentase berada di 20,4%, Traveloka Paylater berada pada tingkat kelima dengan jumlah persentase di 8,6%, sedangkan 3,3% dan 2,8% diduduki oleh pengguna aplikasi indodana dan home credit. Secara jelas dapat dilihat melalui gambar di bawah ini

Sumber: Databooks, (2021)



Gambar 2 Hasil Survei Jumlah pengguna aplikasi Paylater

Keuntungan menggunakan payLater diantaranya yaitu dalam pengajuan di aplikasi yang cukup mudah, dapat digunakan di mana saja dan kapan saja. Selain itu bagi masyarakat yang tidak memiliki uang yang cukup atau mengalami desakan financial, maka paylater merupakan penyelamat bagi mereka, karena fitur ini dapat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan (Hardhika & Huda, 2021). Dibalik kemudahan penggunaan payLater mampu menciptakan masalah yang besar karena terdapat tanggung jawab yang besar ketika menggunakan PayLater. Jika masyarakat mampu menggunakan dengan baik dan sesuai dengan aturan maka pengguna akan terhindar dari terlilitnya hutang, selain itu apabila pengguna menggunakannya dengan bijak maka dapat meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia.

PayLater merupakan fitur yang masih terbilang baru dengan jumlah pengguna yang cukup banyak sehingga penulis ingin melakukan penelitian ini untuk mengetahui faktor yang memengaruhi masyarakat dalam

menggunakan PayLater saat bertransaksi di e-commerce serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif yang di mana mampu memenuhi kebutuhan hidup tanpa perlu memiliki uang yang cukup. Factor dipilih berdasarkan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang di mana menjelaskan penerimaan teknologi baru. Dalam penelitian ini penulis meneliti beberapa faktor seperti Literasi keuangan, Pengendalian diri, *social influence* terhadap perilaku konsumtif. Faktor literasi keuangan, pengendalian diri, dan social influence yang memengaruhi perilaku konsumtif dalam pengguna paylater digunakan sebagai dasar pada beberapa penelitian mengenai perilaku konsumtif dalam menggunakan sebuah teknologi.

Penelitian ini mengacu pada penelitian (Mu'amala & Wahjudi, 2021) dan (Abdullah et al., 2021) yang meneliti mengenai pengaruh literasi keuangan dan pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *e-commerce*. Penelitian ini merupakan gabungan dari penelitian tersebut dengan menambahkan faktor lain sebagai variabel tambahan yaitu Pengaruh sosial dan juga menggunakan populasi yang berbeda yaitu masyarakat yang memiliki dan menggunakan payLater. Alasan menggunakan variabel pengaruh sosial karena menjadi salah satu faktor kunci untuk mendorong niat penggunaan paylater. Selain itu sosial seperti keluarga, teman, komunitas di media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka judul penelitian ini adalah: **"Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *PayLater* pada *E-commerce*"** diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk digunakan melengkapi dan menambah referensi pada penelitian dimasa mendatang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif penggunaan *PayLater*?
2. Apakah pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif penggunaan *PayLater*?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif penggunaan *PayLater*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater*.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater*.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak:

1. Bagi Masyarakat

   Diharapkan mampu memberikan informasi pengetahuan mengenai perkembangan *financial technology* melalui faktor yang memengaruhi penggunaan transaksi *PayLater*. Sehingga mempermudah dalam pengambilan keputusan saat menggunakan payLater.

2. Bagi Akademisi

   Dapat dijadikan sebagai referensi acuan untuk penelitian selanjutnya

1.5 Sistematika Penelitian

Struktur dan sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari 5 Bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang tinjauan Pustaka yang menjelaskan teori pada perumusan hipotesis. Sebagai pendukung, terdapat penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang menjelaskan permasalahan yang akan diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi: populasi dan sampel dalam penelitian, jenis dan

sumber data, variabel penelitian dan pengukuran variabel, dan metode analisis yang digunakan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil deskripsi objek penelitian, metode analisis, dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan mengenai penyajian secara singkat apa yang ada di dalam pembahasan dan saran peneliti untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

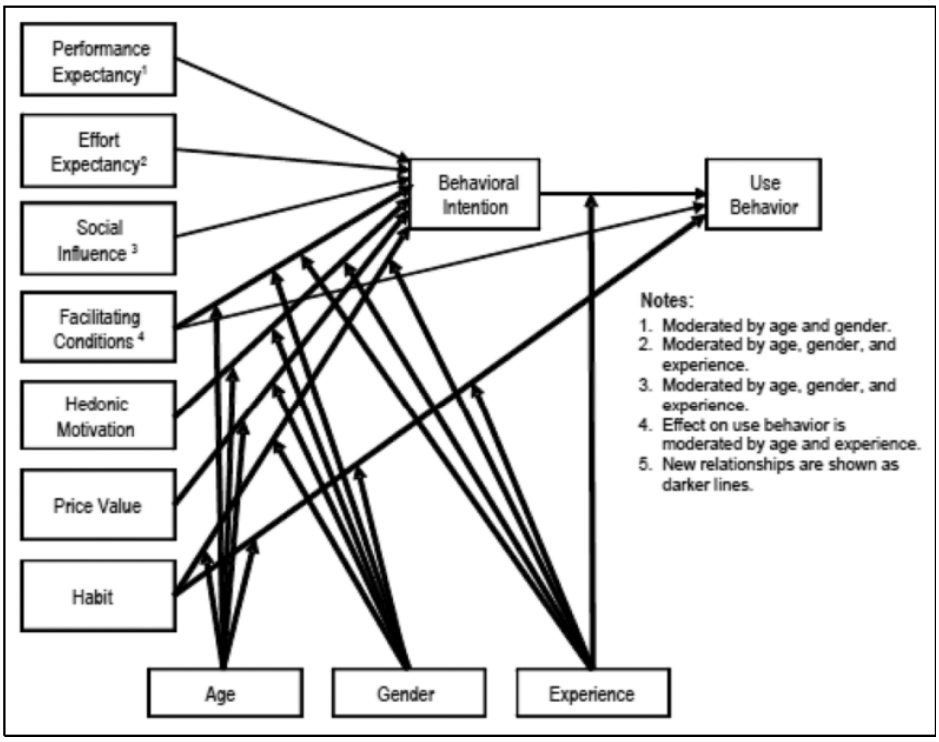
2.1.1 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*2 (UTAUT2)

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan cara popular untuk menggambarkan bagaimana individu menggunakan dan menerima teknologi (Al-Mamary, 2022). Teori – teori yang termasuk didalam UTAUT yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivation Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC utilization* (MPCU), *Social Cognitive Theory* (SCT).

UTAUT disusun berdasarkan empat indikator yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, factor social, dan kondisi yang memfasilitasi. Dengan berjalannya waktu UTAUT telah dimodifikasi dan diperluas dengan dibentuknya *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* 2 (UTAUT2). UTAUT 2 bertujuan untuk mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik umum maupun konsumen, mengganti beberapa hubungan yang sebelumnya di UTAUT dan menampilkan hubungan yang baru (Shafly, 1981).

UTAUT2 menjelaskan beberapa indikator yaitu Niat perilaku (*behavior intention*), ekspektasi kinerja (*performance expectancy),* Ekspektasi usaha (*effort expectancy),* faktor sosial budaya (*social influence),* Kondisi yang

memfasilitasi (*facilitating conditions),* Motivasi hedonis (*hedonic motivation),* Nilai Harga (*price value)*, dan Kebiasaan (*habit)* (Venkatesh et al., 2012).



Gambar 3 **model UTAUT** (Venkatesh et al., 2012)

2.1.2 Literasi Keuangan (*Financial Literacy*)

Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mampu memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK, 2017). Pemahaman mengenai literasi keuangan harus dimiliki setiap individu untuk kehidupan yang sejahtera secara ekonomi di masa yang akan datang. Literasi keuangan merupakan aspek penting dan melekat dalam kehidupan manusia. Pemahaman mengenai keuangan dapat membantu

individu dalam menentukan produk-produk keuangan sehingga dapat memaksimalkan keputusan dalam penggunaan keuangan.

Literasi keuangan juga menjadi faktor pendorong niat perilaku individu (Audina et al., 2021). Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pemahaman mengenai literasi keuangan harus dimiliki setiap individu sehingga mampu memahami cara kerja dan mengakses layanan keuangan yang ada. Literasi keuangan juga dipengaruhi oleh sosial ekonomi yang di mana dapat memengaruhi perilaku individu dalam berbelanja. Selain itu kurangnya pengetahuan mengenai keuangan memunculkan permasalahan bagi masyarakat yaitu munculnya sifat boros.

2.1.3 Pengendalian Diri (*Self Control*)

Pengendalian diri adalah kemampuan individu dalam mengatur, memilih, dan mengelola informasi yang berdasarkan apa yang diyakininya (Nur Ghufron, M. dan Risnawati, 2010). Selain itu pengendalian diri juga dapat diartikan sebagai pengaturan proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang, dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri. Pengendalian diri dapat diartikan juga sebagai kemampuan individu untuk menentukan perilakunya berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai dan aturan di masyarakat agar mengarah pada perilaku positif (Zulfah, 2021).

Pengendalian diri akan cenderung lebih memengaruhi perilaku konsumtif individu dalam berbelanja. Selain itu, pengendalian diri juga menjadi dasar dari niat perilaku yang dilakukan oleh individu dalam membeli suatu barang. Individu akan cenderung lebih menyesuaikan perilaku mereka dengan

kebutuhan sosial sehingga mereka akan terlihat lebih baik. Dengan adanya kemampuan mengendalikan diri dari individu dalam mempertimbangkan prioritas, individu diharapkan mampu memutuskan keputusan yang baik supaya tidak terjadi perilaku konsumtif

2.1.4 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh social merupakan taraf di mana seseorang pengguna mempercayai bahwa orang-orang sekitar secara jujur berpikir bahwa dia mampu menggabungkan jenis teknik baru. Dengan istilah lain, itu termasuk dari paksaan sosial yang diberikan dalam individu menjadi output berdasarkan ide-ide orang atau organisasi (Al-Mamary, 2022). Dalam diri individu terdapat perbedaan derajat pengaruh social, dalam hal ini terdapat dua kemungkinan yaitu, pengaruh orang lain (acceptance) atau perubahan hanya terjadi secara parsial (hanya untuk memenuhi), tidak sepenuhnya menerima pengaruh tersebut (compliance) (Adikarya, 2009).

Menurut Adikarya menjelaskan bahwa bentuk pengaruh sosial dapat berupa konformitas yang berarti pengaruh yang di mana individu mampu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial, selain itu juga terdapat compliance yang di mana merupakan teknik agar orang lain mengikuti dan mematuhi permintaan dengan kata lain di mana individu berperilaku karena aturan yang kuat. Selain itu juga terdapat pada kekuatan sosial yang memiliki kekuasaan berupa tekanan untuk menyesuaikan diri yang timbul dari sebuah kelompok

2.1.5 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batas dan individu lebih mementingkan keinginan dan ditandai oleh kehidupan yang mewah dan berlebihan. Atau dapat juga diartikan sebagai perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif dapat berbentuk upaya agar individu mampu menyesuaikan keadaan lingkungan sekitar sehingga muncul sikap membeli secara berlebihan dan cenderung tidak rasional (Mardikaningsih et al., 2020).

Perilaku konsumtif mengarah kepada sifat hedonisme dan materialis yang merupakan keinginan untuk memiliki barang-barang secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan dan pengeluaran hanya untuk memenuhi kesenangan semata. Seseorang akan menampilkan sesuatu yang terkesan "wah" serta gaya hidup dalam memperoleh pengakuan dari orang sekitar. Hal tersebut mengakibat individu akan cenderung tidak siap dalam mempersiapkan kebutuhan masa depan. Selain itu mampu menimbulkan kecemburuan sosial karena terdapat beberapa orang yang tidak sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang sama

2.1.6 PayLater

PayLater merupakan fasilitas keuangan yang menggunakan metode pembayaran dengan cara mencicil tanpa kartu kredit. Fitur P*ayLater* merupakan

salah satu tren yang mampu mengikat kaum milenial yang cukup besar. Terdapat limit pemakaian maksimal dan jatuh tempo untuk pembayaran yang umumnya digunakan dengan bayar sekali atau beberapa kali seperti kartu kredit (Prastiwi & Fitria, 2021). Beberapa perusahaan besar gencar mempromosikan fitur ini dengan menawarkan fasilitas tanpa kartu kredit. *PayLater* ini dapat digunakan untuk pembayaran liburan, pembelian makanan, pembayaran transportasi sehari-hari, dan lain-lain. Banyak pengguna senang menggunakan karena proses pendaftaran yang cukup mudah dan singkat. Selain itu dapat digunakan di mana saja dan kapanpun

2.1.7 E-Commerce

E-commerce adalah pembelian, penjualan, dan pemasaran barang atau jasa melalui sistem elektronik seperti jaringan personal komputer atau internet, radio, dan televisi. E-commerce merupakan penggunaan jaringan komunikasi dan personal computer untuk melaksanakan proses bisnis. Selain itu e-commerce juga dapat diartikan sebagai aktivitas atau transaksi pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa dengan menggunakan jaringan internet (Purwaningtias, 2018).

2.2 PenelitianTerdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penelit/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Mikael et al., 2022)	*The Relationship Between Financial Literacy, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use on Paylater Usage*	Dependen: *Paylater usage, impulsive buying*. Independen: *Financial literacy, Perceived usefulness, perceived ease of use.*	Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara literasi keuangan dengan penggunaan pay later. Sedangkan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan pay later memiliki korelasi yang positif. Penggunaan paylater dan *impulsive buying* memiliki korelasi positif yang signifikan.
2.	(Wulandari & Damayanti, 2022)	*The Importance of Digital Financial Literacy to Anticipate Impulsive Buying Behavior in Buy-Now-Pay-Later Mode*	Dependen: Impulsive buying behavior Independen: *Financial literacy, digital financial literacy.*	Literasi dan perilaku keuangan, literasi keuangan digital, dan faktor – faktor yang mendasari penggunaan pay later berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif sebesar 28,90%.
3.	(Abdullah et al., 2021)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Majalengka	Dependen: Perilaku Konsumtif Independen: Pemahaman literasi keuangan, Pengendalian diri	Pemahaman mengenai literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

No	Penelit/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4.	(Oktafani & Sisilia, 2020)	Analisis Penerapan Model UTAUT2 pada Adopsi Penggunaan DOmpet Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi Kasus pada Generasi Z sebagai Pengguna Ovo)	Dependen: Use Behavior Independen: performance expectancy, effort expectancy, social influence, Facilitating condition, Hedonic motivation, Price Value, Habit, Behavior intention.	Performance expectancy, effort expectancy, Habit tidak berpengaruh terhadap behavior intention. Facilitating condition, social influence, hedonic motivation, price value berpengaruh positif terhadap behavior intention dalam penggunaan dompet OVO. Facilitating condition, habit, dan behavior intention berpengaruh positif terhadap use behavior layanan dompet OVO. Facilitating condition, habit, dan behavior intention memengaruhi secara langsung use behavior.
5.	(Putri & Andarini, 2022)	Pengaruh *Self Control* dan *Financial Attitude* Terhadap *Financial Management Behavior* Pengguna Layanan *Buy Now Pay Later* (Studi Pengguna Shopee Pay Later di Surabaya)	Dependen: *Financial Management Behavior* Independen*: self-control, financial attitude*	Pengendalian diri/ *self-control* dan *financial attitude* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan.
6.	(Anugrah & Ompusun	Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi	Dependen: Niat Penggunaan E-Money	Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial,

No	Penelit/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	ggu, 2021)	Niat Penggunaan E-Money Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model UTAUT	Independen: Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi memfasilitasi, Efikasi diri, Kecemasan, sikap terhadap penggunaan Teknologi	Kondisi memfasilitasi, Efikasi diri, Kecemasan, sikap terhadap penggunaan Teknologi memiliki tingkat signifikan yang tinggi dalam memengaruhi minat individu terhadap penggunaan e-money, khususnya di Kota Batam.
7.	(Kurniasari & Fisabilillah, 2021)	Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi	Dependen: Perilaku konsumtif Independen: Gaya hidup, pengaruh sosial	Gaya hidup dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan Spaylater sehingga perilaku berbelanja semakin konsumtif.
8.	(Ulayya & Mujiasih, 2020)	Hubungan antara *Self Control* dengan Perilaku Konsumtif pengguna *e-money* pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro	Dependen: perilaku konsumtif pengguna *e-money* Independen: *self control*	Terdapat hubungan yang negatif dan yang signifikan antara self control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa Fakultas Psikologi Undip. Semakin rendah self control maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi dan begitupun sebaliknya.
9.	(Khatimah et al., 2019)	Hedonic Motivation and Social Influence on Behavioral Intention of E-Money: The Role of Payment	Dependen: Behavioral Intention Independen: Hedonic	Motivasi hedonis berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan pembayaran terhadap niat perilaku penggunaan e-money

No	Penelit/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Habit as a Mediator	Motivation, Social Influence	dan social influence secara signifikan memengaruhi kebiasaan pembayaran terhadap niat perilaku pengguna e-money.
10.	(Mu'amala & Wahjudi, 2021)	Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna e-commerce.	Dependen: Perilaku konsumtif Independen: Literasi keuangan, Pengendalian diri	Kontrol diri tidak dapat memengaruhi secara langsung perilaku konsumtif, tetapi kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dan juga memediasi pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Surabaya.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Hubungan Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif Pengguna *PayLater*

Literasi Keuangan tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang mampu memengaruhi perilaku dan sikap dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan (OJK, 2017). Pemahaman literasi keuangan berpengaruh dalam pengelolaan keuangan sehingga bisa mengatur keuangan dengan baik.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Abdullah et al., 2021) yaitu pemahaman mengenai literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Selain itu didukung dengan hasil penelitian dari (Wulandari & Damayanti, 2022) menjelaskan bahwa literasi keuangan digital dan faktor – faktor yang mendasari penggunaan pay later berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif. Berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater*

2.3.2 Hubungan Pengendalian Diri dan Perilaku Konsumtif Pengguna *PayLater*

Pengendalian diri merupakan kemampuan dalam mengendalikan pikiran, emosi, tekanan, dan perilaku seseorang (Mintarti, 2016). Selain itu pengendalian diri juga dapat berupa kemampuan individu untuk menentukan perilakunya berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai dan aturan di masyarakat agar mengarah pada perilaku positif (Zulfah, 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Putri & Andarini, 2022) bahwa pengendalian diri secara signifikan memengaruhi financial management behavior penggunaan buy now pay later, yang di mana juga didukung oleh penelitian dari (Mu'amala & Wahjudi, 2021) bahwa pengendalian diri berpengaruh positif terhadap literasi keuangan para pengguna *e-commerce*. Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh (Ulayya & Mujiasih, 2020) terdapat hubungan yang negatif dan yang signifikan antara self

control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa Fakultas Psikologi Undip. Berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H2: Pengendalian diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif penggunaan *Paylater*

2.3.3 Hubungan Pengaruh Sosial dan Perilaku Konsumtif Pengguna *PayLater*

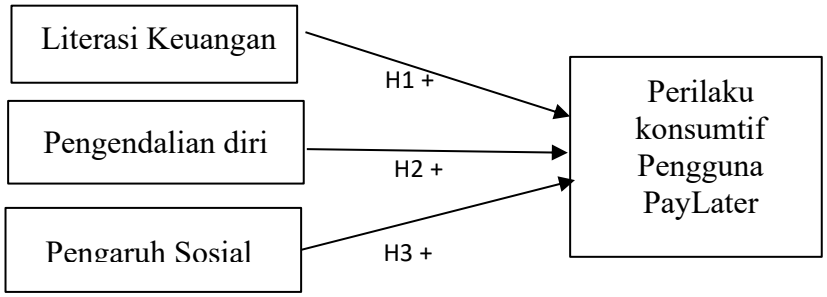
Pengaruh sosial atau *Social Influence* merupakan pengaruh terhadap perubahan sikap atau perilaku, yang di mana merupakan hasil dari interaksi atas orang lain (Adikarya, 2009). Pengaruh sosial merupakan faktor pendukung yang besar mengenai penjelasan variabel lain dalam menggunakan PayLater.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Khatimah et al., 2019) bahwa social influence secara signifikan memengaruhi kebiasaan pembayaran terhadap niat perilaku pengguna e-money. Selain itu didukung juga dengan hasil penelitian dari (Anugrah & Ompusunggu, 2021) bahwa pengaruh sosial memiliki tingkat signifikan yang tinggi dalam memengaruhi minat individu terhadap penggunaan e-money, khususnya di Kota Batam. Berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H3: Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *Paylater*

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan latar belakang, tujuan penelitian, dan kajian pustaka maka dibuat kerangka penelitian. Penelitian ini memiliki kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 4. Kerangka Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan elemen yang mempunyai karakteristik umum, yang terdiri dari beberapa bidang untuk diteliti (Nuha, 2017). Pada penelitian ini menggunakan populasi seluruh masyarakat Indonesia.

Sampel adalah sub kelompok dari populasi yang dipilih dan digunakan pada penelitian (Nuha, 2017). Pada penelitian ini menggunakan Sebagian dari populasi masyarakat yang memiliki dan menggunakan *PayLater*. Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling.* Teknik *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Peneliti menggunakan *purposive sampling* karena tidak semua sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang memiliki dan menggunakan *PayLater*.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini termasuk penelitian Kuantitatif. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari kuesioner yang disebarkan oleh peneliti. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam jumlah yang besar (Pranatawijaya et al., 2019). Peneliti membagikan kuesioner kepada masyarakat secara online menggunakan formulir google. Responden kemudian menilai pernyataan yang dibuat dalam formulir google.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling. Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Pertimbangan tertentu yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang diminta mengisi kuesioner memiliki kriteria sebagai pengguna *PayLater*. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu jumlah indikator dikali dengan 4 variabel yang akan diteliti. Berikut adalah perhitungan jumlah minimum sampel yang dibutuhkan:

Jumlah sampel minimal = Indikator x 4

= 24 indikator x 4

= 96 sampel.

Berdasarkan perhitungan tersebut maka Jumlah minimal sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini yaitu 96 sampel.

Pengukuran pada jawaban setiap instrumen menggunakan skala likert dengan rentang nilai 1 sampai 5, yaitu:

1) Sangat tidak Setuju
2) Tidak Setuju
3) Ragu-Ragu
4) Setuju
5) Sangat Setuju

Skala Likert digunakan dalam penyusunan instrumen penelitian yang dibuat dalam bentuk *checklist* atau pilihan ganda.

3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Literasi Keuangan

Tabel 3. 1 Indikator Literasi Keuangan

Definisi dan Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
Literasi Keuangan adalah tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang mampu memengaruhi perilaku dan sikap dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan (OJK, 2017)	*money basic*	Saya merasa kemampuan dasar dalam pengelolaan keuangan menjadi alasan dalam penggunaan paylater.	(Rogers, 2010)
	budgeting	Saya selalu membuat anggaran agar mampu mengontrol pengeluaran saat menggunakan paylater.	
	saving and planning	Saya mampu menyelesaikan pinjaman atau hutang dengan tepat waktu.	
	debt literacy	Saya merasa lebih khawatir jika memiliki hutang atau pinjaman.	
	Pemahaman produk keuangan	Saya paham mengenai cara bertransaksi menggunakan pay later.	
	Resource dan self help	Saya memahami bahwa literasi keuangan sangat penting dan berdampak terhadap pengelolaan uang.	

3.4.2 Pengendalian Diri

Tabel 3. 2 Indikator Pengendalian Diri

Definisi dan Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
Pengendalian Diri adalah kemampuan individu dalam mengatur, memilih, dan mengelola	Kontrol perilaku	Saya sering menggunakan pay later saat bertransaksi.	
		Saya mengeluarkan uang secara berlebihan dengan menggunakan paylater	

Definisi dan Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
informasi yang berdasarkan apa yang diyakininya (Nur Ghufron, M. dan Risnawati, 2010).	Kontrol Kognitif	Saya dapat menahan diri untuk tidak membeli penggunakan paylater.	(Nur Ghufron, M. dan Risnawati, 2010)
		Saya daapat menahan diri agar tidak membeli barang yang saya lihat sepontan di *e-commerce* menggunakan paylater	
	Mengontrol Kepuasan	Saya merasa fitur paylater mempermudah pembayaran	
		Saya merasa senang saat membayar dengan menggunakan pay later.	
		Saya membayar menggunakan pay later karena mudah	
		Saya merasa puas ketika membayar menggunakan payLater.	

3.4.3 Pengaruh Sosial

Tabel 3. 3 Indikator Pengaruh Sosial

Definisi dan Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
Pengaruh Sosial merupakan usaha dalam mengubah perilaku seseorang dalam berpikir, berpresepsi, keyakinan, dan sikap individu dengan kumpulan individu yang lain (Adikarya, 2009)	Konformitas	Saya menggunakan PayLater karena melihat orang lain menggunakan	(Adikarya, 2009)
	Kepatuhan	Pekerjaan saya menuntut saya menggunakan payLater	
	Kekuatan Sosial	Saya memakai paylater akibat dukungan orang-orang disekitar	
		Saya menggunakan PayLater karena mendapat saran dari orang-orang sekitar saya	

Definisi dan Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
		Teman-Teman saya mendukung saya untuk menggunakan PayLater	

3.4.4 Perilaku Konsumtif

Tabel 3. 4 Indikator Perilaku Konsumtif

Definisi dan Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
Perilaku Konsumtif adalah tindakan atau keinginan dalam mengonsumsi barang-barang yang tidak diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Mintarti, 2016).	Adanya penawaran hadiah menarik/ Iming-iming hadiah	Saya menggunakan paylater karena adanya penawaran hadiah menarik	(Mintarti, 2016)
	Membeli karena kemasan yang menarik	Saya memakai paylater karena kemudahan dalam menggunakannya.	
	Membeli untuk menjaga penampilan	Saya menggunakan paylater untuk berpenampilan sesuai dengan tren.	
	Membeli setelah pertimbangan harga	Saya membayar menggunakan pay later setelah mempertimbangkan harga.	
	Discount/ potongan harga	Saya menggunakan paylater karena adanya penawaran discount.	

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Model Pengukuran (outer Model)

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur seberapa valid suatu tes dalam menjalankan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disiapkan benar-benar dapat mengukur apa yang perlu diukur. Terdapat dua jenis validitas yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas diuji dengan menggunakan SmartPLS.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari konstruk dalam memengaruhi indikator-indikatornya. Data dapat dikatakan reliabel apabila menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan beberapa kali pengukuran. Konstruk dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach alpha dan composite reliability sebesar > 0,70 (Hair et al., 2010).

3.5.2 Model Struktural (Inner Model)

Inner model merupakan salah satu Teknik analisis data multi varian yang digunakan untuk memahami hubungan sebab dan akibat antara variabel dalam satu model. Inner model menggunakan konsep diagram jalur yang berisi penjelasan hubungan antara variabel (Haire et al., 2010).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai hubungan antara variabel literasi keuangan, pengendalian diri, dan pengaruh sosial terhadap perilaku konsumtif sebagai variabel dependen. Data yang dianalisis merupakan jawaban dari pokok permasalahan dan membuktikan hipotesis.

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Responden dari penelitian ini merupakan masyarakat Indonesia yang memiliki dan menggunakan *PayLater*. Kuesioner yang telah disiapkan disebarkan secara online dengan menggunakan *google form* dan disebarkan melalui *social media*. Kuesioner di *upload* pada tanggal 26 Februari 2023 pukul 19.30 dan di tutup pada tanggal 12 Maret 2023 pukul 17.00. Hasil pengumpulan data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Kuesioner yang diterima	195	100%
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat	17	9%
Kuesioner yang memenuhi syarat	178	91%

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang telah diterima oleh penulis sebanyak 195 (100%) dan terdapat 17 (9%) kuesioner yang tidak memenuhi syarat sebagai salah satu pengguna yang menggunakan *PayLater*.

Maka berdasarkan data tersebut total kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 178 (91%) kuesioner yang siap untuk di analisis.

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini telah dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, jenis pekerjaan, e-commerce yang digunakan.

4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
17 – 23	82	46%
24 – 39	90	51%
40 - 55	6	3%
Total	178	100%

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa terdapat 82 (46%) yang berusia 17 sampai 23 tahun, 90 (51%) responden memiliki usia 24 hingga 39 tahun, 6 (3%) responden berusia 40 hingga 55 tahun. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini yaitu responden berusia 24 sampai 39 tahun.

4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	143	80%

Laki-Laki	35	20%
Total	178	100%

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa total responden perempuan sebesar 143 (80%) dan responden laki-laki berjumlah 35 (20%). Responden perempuan 60% lebih banyak dari pada responden laki-laki. Kesimpulan yang diambil yaitu penggunaan PayLater didominasi oleh perempuan.

4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan

Rata-Rata Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
0 - Rp 500.000	22	12%
> Rp 500.000- Rp 1.000.000	42	24%
>Rp1.000.000-Rp 2.500.000	60	33%
>Rp2.500.000–Rp5.000.000	37	21%
≥ Rp 5.000.000	17	10%
Total	178	100%

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4.4 mayoritas pengguna Paylater memiliki pendapatan per bulan sebesar Rp 1.000.000 hingga Rp 2.500.000 berjumlah 60 orang atau setara dengan 33% sedangkan responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 5.000.000 hanya sebesar 10%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa rata- rata pengguna fitur Paylater yaitu orang yang memiliki pendapatan sebesar Rp 1.000.000 hingga Rp 2.500.000.

4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Mahasiswa	75	42%
Pegawai Swasta	46	26%
Pengusaha	17	11%
BUMN	10	9%
Ibu Rumah Tangga	20	6%
Lainnya…	10	6%
Total	178	100%

Sumber: data diolah

Berdasarkan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa bidang profesi responden dalam penelitian ini. Data menunjukkan 75 responden setara dengan (42%) merupakan mahasiswa, 46 (26%) responden bekerja sebagai pegawai swasta, 17 (11%) responden yang menjadi pengusaha, 10 (9%) responden bekerja pada BUMN, 20 (6%) responden merupakan ibu rumah tangga, dan 10 orang lainnya memilih pekerjaan lain-lain. Maka dalam penelitian ini pengguna PayLater sebagian besar adalah mahasiswa.

4.2.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan E-commerce yang Digunakan

Tabel 4. 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan E-commerce yang Digunakan

E-commerce	Frekuensi	Persentase (%)
Shopee	146	82%
Lazada	12	7%
Tokopedia	12	7%
Bukalapak	4	2%
Traveloka	3	2%
Zalora	1	1%
JD.ID	0	0%
Bibli	0	0%
Total	178	100%

Sumber: data diolah

Berdasarkan pada tabel 4.6 menunjukkan e-commerce yang menyediakan layanan PayLater dan sering digunakan oleh responden. Data menunjukkan bahwa

shopee merupakan aplikasi yang diminati dengan jumlah responden sebesar 146 atau 82%, dilanjut dengan Lazada dan Tokopedia dengan jumlah pengguna sebesar 12 atau 7%, bukalapak 2%, Traveloka 2%, dan Zalora 1%. Maka dalam penelitian ini jumlah peminat payLater paling banyak pada penelitian ini yaitu pengguna layanan PayLater pada shopee.

4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari variabel literasi Keuangan (LK), Pengendalian Diri (PD), Pengaruh Sosial (PS), dan Perilaku Konsumtif (PK). Setiap variabel terdiri dari beberapa kategori penilaian dari skala rendah ke tinggi yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (ragu-ragu), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju). Penilaian responden terhadap variabel dapat ditentukan berdasarkan interval sebagai berikut:

Interval = (5-1)/5 = 0,8

Sehingga diperoleh Batasan sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Interval Penelitian

Interval	Kategori
1 – 1,8	Sangat Tidak Setuju
1,8 – 2,6	Tidak Setuju
2,6 – 3,4	Ragu - Ragu
3,4 – 4,2	Setuju
4,2 - 5	Sangat Setuju

Sumber: data diolah

Hasil analisis deskriptif variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	n	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
Literasi Keuangan	178	9	30	25.97	3.718
Pengendalian Diri	178	12	40	32.38	5.099
Pengaruh Sosial	178	5	25	19.52	4.155
Perilaku Konsumtif	178	7	25	20.55	3.584

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil deskriptif variabel penelitian yang ditunjukan pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan

   Variabel literasi keuangan memiliki nilai minimum 9 dengan nilai maksimum sebesar 30. Nilai rata-rata sebesar 25.97 yang berarti bahwa responden sangat setuju atas variabel literasi keuangan. Nilai standar deviasi variabel literasi keuangan sebesar 3.718 yang dapat diartikan bahwa penyebaran data variabel literasi keuangan sebesar 3.718 dari 178 responden.

2. Pengendalian Diri

   Variabel pengendalian diri memiliki nilai minimum 12 dengan nilai maksimum sebesar 40. Nilai rata-rata sebesar 32.38 yang berarti bahwa responden sangat setuju atas variabel pengendalian diri. Nilai standar deviasi

variabel pengendalian diri sebesar 5.099 yang dapat diartikan bahwa penyebaran data variabel pengendalian diri sebesar 5.099 dari 178 responden.

3. Pengaruh Sosial

   Variabel pengaruh sosial memiliki nilai minimum 5 dengan nilai maksimum sebesar 25. Nilai rata-rata sebesar 19.52 yang berarti bahwa responden menyetujui atas variabel Pengaruh sosial. Nilai standar deviasi variabel Pengaruh sosial sebesar 4.155 yang dapat diartikan bahwa penyebaran data variabel pengaruh sosial sebesar 4.155 dari 178 responden.

4. Perilaku Konsumtif

   Variabel perilaku konsumtif memiliki nilai minimum 7 dengan nilai maksimum sebesar 25. Nilai rata-rata sebesar 20.55 yang berarti bahwa responden menyetujui atas variabel perilaku konsumtif. Nilai standar deviasi variabel perilaku konsumtif sebesar 3.584 yang dapat diartikan bahwa penyebaran data variabel perilaku konsumtif sebesar 3.584 dari 178 responden.

4.4 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Outer model atau pengukuran bagian luar digunakan untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas dari suatu penelitian, yang di mana terdapat dua macam pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Terdapat dua jenis validitas yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Uji validitas digunakan untuk melihat data yang valid.

a) Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat *outer loading* serta *Average Variance Extracted* (AVE). Hasil outer loading sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Outer Loading

	LK	PD	PK	PS
LK1	0.783			
LK2	0.729			
LK3	0.689			
LK4	0.808			
LK5	0.758			
LK6	0.792			
PD1		0.509		
PD2		0.480		
PD3		0.766		
PD4		0.701		
PD5		0.786		
PD6		0.820		
PD7		0.828		
PD8		0.800		
PK1			0.866	
PK2			0.836	
PK3			0.671	
PK4			0.787	
PK5			0.825	
PS1				0.685
PS2				0.901
PS3				0.897
PS4				0.894
PS5				0.862

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa terdapat indikator outer loading yang memiliki nilai di bawah kriteria (<0.60). Sedangkan mayoritas variabel indikator sudah memiliki nilai lebih dari kriteria atau dapat dikatakan valid dengan nilai di atas 0.70. Menurut (Sarstedt et al., 2017) *outer loading* dapat

ditolerir hingga 0.60 dan nilai kurang dari 0.60 dapat dihapus. Agar nilai indikator menjadi signifikan maka indicator PD1 dan PD2 dihapus.

Tabel 4. 10 Modifikasi *Outer Loading*

	LK	PD	PK	PS
LK1	0.783			
LK2	0.729			
LK3	0.689			
LK4	0.808			
LK5	0.758			
LK6	0.792			
PD3		0.793		
PD4		0.743		
PD5		0.802		
PD6		0.851		
PD7		0.825		
PD8		0.803		
PK1			0.866	
PK2			0.837	
PK3			0.672	
PK4			0.786	
PK5			0.824	
PS1				0.685
PS2				0.901
PS3				0.897
PS4				0.894
PS5				0.862

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4.10 merupakan hasil *outer loading* yang telah di modifikasi. Setelah indicator PD1 dan PD2 dihapus makan seluruh indicator telah memiliki kriteria yang valid yaitu >0.60.

Tabel 4. 11 Average variance extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
Literasi Keuangan	0.579
Pengendalian Diri	0.646
Perilaku Konsumtif	0.640
Pengaruh Sosial	0.726

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4.11 secara keseluruhan nilai AVE memiliki nilai di atas atau lebih besar dari 0.50. Suatu variabel dikatakan valid apabila kriterianya memiliki nilai di atas 0.50**.** sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai konstruk di atas dapat dikatakan valid konvergen.

b) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat dilihat pada nilai *cross loading* tertinggi antara indikator dan konstruknya. Nilai *cross loading* dianggap baik apabila memiliki nilai lebih dari 0.60 (Hair et al., 2010). Hasil dari *cross loading* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Cross Loading

	LK	PD	PK	PS
LK1	0.783	0.418	0.512	0.408
LK2	0.729	0.354	0.401	0.323
LK3	0.689	0.594	0.628	0.575
LK4	0.808	0.410	0.473	0.275
LK5	0.758	0.418	0.465	0.354
LK6	0.792	0.400	0.512	0.331
PD3	0.383	0.793	0.614	0.670
PD4	0.281	0.743	0.579	0.639
PD5	0.576	0.802	0.673	0.511
PD6	0.501	0.851	0.650	0.618
PD7	0.574	0.825	0.753	0.569
PD8	0.456	0.803	0.621	0.625

	LK	PD	PK	PS
PK1	0.583	0.696	0.866	0.599
PK2	0.582	0.682	0.837	0.600
PK3	0.362	0.647	0.672	0.683
PK4	0.582	0.605	0.786	0.623
PK5	0.559	0.607	0.824	0.557
PS1	0.245	0.490	0.424	0.685
PS2	0.467	0.688	0.734	0.901
PS3	0.483	0.687	0.697	0.897
PS4	0.452	0.622	0.640	0.894
PS5	0.485	0.672	0.709	0.862

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4. 12, secara keseluruhan nilai item cross loading mempunyai nilai yang lebih besar ketika dihubungkan antara indikator dan konstruknya. Maka dapat disimpulkan bahwa item sudah benar dalam menjelaskan konstruk dari setiap variabel sehingga seluruh item sudah valid.

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilihat berdasarkan nilai composite reliability dan cronbach's alpha. Konstruk dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* > 0.7 dan nilai *Cronbach's alpha* >0.7. Berikut hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel 4.13.

Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability
Literasi Keuangan	0.855	0.892
Pengendalian Diri	0.890	0.916
Perilaku Konsumtif	0.857	0.898
Pengaruh Sosial	0.904	0.929

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4.13 secara keseluruhan *composite reliability* memiliki nilai >0.70 dan nilai *cronbach's alpha* memiliki nilai >0.70. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel yang digunakan dinyatakan reliabel.

4.5 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural merupakan gambaran dari hubungan antar variabel. Pengukuran model struktural dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi R-Square. Hasil nilai R-square dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4. 14 R-*Square*

	R-square	R-square adjusted
Perilaku Konsumtif	0.761	0.757

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4.14 nilai R-square sebesar 0,761. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel perilaku konsumtif pada model persamaan regresi adalah sebesar 76% dan sisanya sebesar 24% kemungkinan dipengaruhi oleh variabel luar yang tidak ada dalam penelitian ini.

4.6 Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis didapatkan dari pengujian sebelumnya dan dijabarkan dalam *path coefficient*. Apabila nilai *P-Value* kurang dari 0.05 artinya hipotesis diterima atau signifikan. Hasil *path coefficient* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15 Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	Keterangan
LK => PK	0.262	0.266	0.064	4.071	0.000	Diterima
PD => PK	0.423	0.419	0.060	7.033	0.000	Diterima
PS => PK	0.316	0.315	0.068	4.653	0.000	Diterima

Sumber: data diolah

4.6.1 H1: Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater*

Pada uji hipotesis pertama yaitu menguji apakah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai *original sample* sebesar 0.262, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif. Hasil nilai *P-value* 0.000 lebih rendah dari nilai signifikansi 5% (0.05) sehingga mengidentifikasi adanya pengaruh yang signifikan. Maka hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh positif yang signifikan sehingga dapat simpulkan bahwa **hipotesis diterima**.

Hal ini membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna paylater. Didukung oleh penelitian dari (Tribuana, 2020)dan (Kumalasari & Soesilo, 2019) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi dapat dengan baik dalam mengambil keputusan untuk melakukan konsumsi. Sedangkan apabila individu memiliki pengetahuan yang rendah maka akan membuat keputusan yang salah dalam kegiatan keuangan mereka.

4.6.2 H2: Pengendalian Diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater*

Pada hipotesis kedua yaitu menguji apakah pengendalian diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna paylater. Hasil pengujian pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai *original sample* sebesar 0.423, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif. Hasil nilai *P-value* 0.000 lebih rendah dari nilai signifikansi 5% (0.05) sehingga mengidentifikasi adanya pengaruh yang signifikan. Maka hubungan antara pengendalian diri dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh positif yang signifikan sehingga dapat simpulkan bahwa **hipotesis diterima**.

Hal ini membuktikan bahwa pengendalian diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna paylater. Dengan didukung oleh penelitian (Prihatini & Irianto, 2021) dan (Udayanthi et al., 2018) yang menjelaskan bahwa semakin baik pengendalian diri dalam individu maka dapat terhindar dari perilaku konsumtif dan apabila pengendalian diri dalam individu rendah maka akan mudah untuk berperilaku konsumtif.

4.6.3 H3: Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater*

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu menguji apakah pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai *original sample* sebesar 0.316, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif. Hasil nilai *P-value* 0.000 lebih rendah dari nilai signifikansi 5% (0.05) sehingga mengidentifikasi adanya pengaruh yang signifikan.

Maka hubungan antara pengaruh sosial dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh positif yang signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis diterima**.

Hal ini membuktikan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna paylater. Didukung oleh penelitian dari (Oktafani & Sisilia, 2020) dan (Nurachma & Arief, 2017) yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif antara Pengaruh sosial dengan perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan semakin besar Pengaruh sosial maka perilaku konsumtif akan semakin naik, begitu juga sebaliknya apabila Pengaruh sosial kecil maka perilaku konsumtif akan semakin menurun.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna PayLater, yang berarti jika individu memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi maka ia mampu mengambil keputusan untuk melakukan konsumsi dengan baik.
2. Hasil penelitian ini membuktikan pengendalian diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna PayLater, yang berarti jika individu dapat mengendalikan diri dengan baik maka ia dapat menghindari perilaku konsumtif.
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna PayLater, yang berarti bahwa jika individu mudah dipengaruhi oleh orang lain maka ia akan mudah menunjukkan perilaku konsumtif.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu dalam penelitian ini jumlah sampel hanya berjumlah 178 responden, di mana responden merupakan masyarakat Indonesia, sehingga jumlah sampel yang diambil kurang mengidentifikasikan seluruh masyarakat yang berada di Indonesia.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini maka ada beberapa saran yaitu:

1. Menambahkan jumlah sampel tidak hanya meneliti dengan jumlah responden yang didapat sehingga nantinya diharapkan penelitian akan menjadi lebih akurat.
2. Menambahkan variabel independen lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

REFERENSI

Abdullah, D., Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, *4*(1), 24.

Adikarya, G. (2009). Pengaruh Sosial dalam Psikologi. *Social Pshycology*, 1–11.

Al-Mamary, Y. H. S. (2022). Understanding the use of learning management systems by undergraduate university students using the UTAUT model: Credible evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Information Management Data Insights*, *2*(2). https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2022.100092

Anugrah, M. dwi, & Ompusunggu, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan E-Money Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model Utaut. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *18*(1), 47–56. https://doi.org/10.31849/jieb.v18i1.5465

Audina, M., Andriana, I., Ekonomi, F., & Sriwijaya, U. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Transaksi Keuangan Digital (E-Wallet) Pada Generasi Milenial di Kota Palembang. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, *21*(2), 99–116.

Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *6*(1), 1968–1977.

Hardhika, R. E., & Huda, M. A. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya. *Commercium*, *4*, 19–32.

Joseph. Hair, William C. Black, Barry J. Babin, R. E. A. (2010). *Multivariate_Data_Analysis_7th_Edition.pdf* (1–761).

Kapoor, A., Sindwani, R., Goel, M., & Shankar, A. (2022). Mobile wallet adoption intention amid COVID-19 pandemic outbreak: A novel conceptual framework. *Computers and Industrial Engineering*, *172*(PB), 108646. https://doi.org/10.1016/j.cie.2022.108646

Khatimah, H., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2019). Hedonic motivation and social influence on behavioral intention of e-money: The role of payment habit as a mediator. *International Journal of Entrepreneurship*, *23*(1), 1–9.

Kumalasari, & Soesilo. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *12*(1), 61–71. http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index

Kurniasari, I., & Fisabilillah, L. W. P. (2021). Fenomena Perilaku Berbelanja

Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. *Independent : Journal Of Economics*, *1*(3), 207–218.

Mardikaningsih, R., Sinambela, E. A., Darmawan, D., Nurmalasari, D., Manajemen, P. S., & Sungkono, U. M. (2020). Hubungan Perilaku Konsumtif dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online. *Jurnal Simki Pedagogia*, *3*(6), 98–110. https://jiped.org/index.php/JSP

Mikael, J., and, R. R.-I. J. of B., & 2022, undefined. (2022). the Relationship Between Financial Literacy, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use on Paylater Usage. *Myjms.Mohe.Gov.My*, *4*(3), 276–289. https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec/article/view/19631

Mintarti, D. (2016). Citation: Dikria,Okky & Sri Umi Mintarti W (2016) Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan. *The Effect of Financial Literacy and Self-Control On*, *09*(2), 128–139. https://doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128

Mu'amala, R., & Wahjudi, E. (2021). Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna E-Commerce. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, *10*(10), 883. https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p06

Nuha, A. (2017). Populasi Dan Sampelر. *Pontificia Universidad Catolica Del Peru*, *8*(33), 44.

Nur Ghufron, M. dan Risnawati, R. (2010). *Teori - Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.

Nurachma, Y. A., & Arief, S. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/206. *Economic Education Analysis Journal*, *6*(2), 489–500. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj

OJK. (2017). Salinan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30 /Seojk.07/2017. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Oktafani, D., & Sisilia, K. (2020). Analisis Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2 (UTAUT2) Pada Adopsi Penggunaan Dompet Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi Kasus Pada Generasi Z Sebagai Pengguna OVO). *Jurnal Menara Ekonomi*, *VI*(1), 24–36. http://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/1825

Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, *5*(2), 128–137. https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185

Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 425.

https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458

Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, *4*(1), 24. https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11035

Purwaningtias, F. (2018). E-commerce penjualan Berbasis Metode OOAD (Studi Kasus : PT Musi Utama Bercahaya Palembang). *Jurnal Cendikia*, *XV*(9), 1–5.

Putri, N. M. E., & Andarini, S. (2022). Pengaruh *Self Control* dan *Financial Attitude* terhadap *Financial Management Behavior* Pengguna Layanan B*uy Now Pay Latter* (Studi Pengguna Shopee Paylater di Kota Surabaya). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *21*(1), 60–74.

Rogers, C. A. (2010). *Legal Studies Research Paper No . 18-2010*. *18*.

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Handbook of Market Research. In *Handbook of Market Research* (Issue September). https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8

Shafly, N. A. (1981). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention Dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, *4*(1), 60–75. https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442

Telukdarie, A., & Mungar, A. (2023). ScienceDirect ScienceDirect ScienceDirect The Impact of Digital Financial Technology on Accelerating The Impact of Digital Financial Technology on Accelerating Financial Inclusion in Developing Economies Financial Inclusion in a Developing Economies. *Procedia Computer Science*, *217*(2022), 670–678. https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.263

Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, *1*(1), 145–155. https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma

Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, *9*(2), 195–208.

Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi

Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, *9*(4), 271–279. https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. *36 No. 1*, 157–178.

Wulandari, R., & Damayanti, S. (2022). the Importance of Digital Financial Literacy To Anticipaye Impulsive Buying Behavior in Buy-Now-Pay-Later Mode. *Myjms.Mohe.Gov.My*, *4*(3), 170–182. https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec/article/view/19615

Zulfah. (2021). Karakter : pengendalian diri. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *1*(1), 28–33.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner

Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna PayLater pada *E-commerce*

Pendahuluan

Saya Saniya Salsabila mahasiswi jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir yang berjudul "**Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna PayLater pada *E-commerce*"**. Dalam kesempatan ini saya mengharapkan partisipasi saudara/i untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian saya berikut ini.

Seluruh informasi mengenai identitas responden serta jawaban yang diberikan akan digunakan sebagai bahan penelitian ini dan dijaga kerahasiannya. Atas kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Bagian 1

Apakah anda pernah bertansaksi menggunakan PayLater

a. Ya
b. Tidak

*apabila jawaban anda adalah "tidak", maka tidak perlu melanjutkan untuk mengisi kuesioner ini. Terima kasih.

Bagian 2

Identitas Responden

1. Nama (optional) :
2. Jenis Kelamin :

- Laki-Laki
- Perempuan

3. Usia :
   - 17-23
   - 24-39
   - 40-55
4. Domisili :
5. Pekerjaan :
6. Pendapatan :
   - 0 – Rp 500.000
   - > Rp 500.000 – Rp 1.000.000
   - > Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000
   - > Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
   - ≥ Rp 5.000.000
7. E-commerce yang sering digunakan (pilih 1) :
   - Shopee
   - Lazada
   - Tokopedia
   - Bibli
   - Traveloka
   - JD.ID
   - Bukalapak
   - Zalora

Bagian 3

Kuesioner Penelitian

Petunjuk Pengisian

Mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan di bawah ini dengan memilih pada salah satu jawaban yang disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

1) = Sangat Tidak Setuju
2) = Tidak Setuju
3) = Ragu-ragu
4) = Setuju
5) = Sangat Setuju

Setiap pernyataan diharapkan dapat diisi sesuai dengan kondisi yang sebenar-benarnya karena tidak ada jawaban salah dan benar dalam kuesioner ini. Terima Kasih.

1. Literasi Keuangan

No	Item Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa kemampuan dasar dalam pengelolaan keuangan menjadi alasan dalam penggunaan paylater					
2	Saya merasa lebih khawatir jika memiliki hutang atau pinjaman.					
3	Saya paham mengenai cara bertransaksi menggunakan pay later.					
4	Saya memahami bahwa literasi keuangan sangat penting dan berdampak terhadap pengelolaan uang.					
5	Saya selalu membuat anggaran agar mampu mengontrol pengeluaran saat menggunakan paylater.					
6	Saya mampu menyelesaikan pinjaman atau hutang dengan tepat waktu.					

2. Pengendalian Diri

No	Item Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya dapat menahan diri untuk tidak membeli penggunakan paylater.					
2	Saya dapat menahan diri agar tidak membeli barang yang saya lihat sepontan di *e-commerce* menggunakan paylater.					
3	Saya sering menggunakan pay later saat bertransaksi.					
4	Saya mengeluarkan uang secara berlebihan dengan menggunakan paylater					
5	Saya merasa fitur paylater mepermudah pembayaran.					
6	Saya merasa senang saat membayar dengan menggunakan pay later.					
7	Saya membayar menggunakan pay later karena mudah.					
8	Saya merasa puas ketika membayar menggunakan payLater.					

3. Pengaruh Sosial

No	Item Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Pekerjaan saya menuntut saya menggunakan payLater					
2	Orang sekitar memengaruhi perilaku dan cara berpikir saya untuk menggunakkan payLater					

3	Saya menggunakan payLater karena rekomendasi orang sekitar					
4	Saya memakai paylater akibat dukungan orang-orang disekitar					
5	Saya menggunakan PayLater karena melihat oranglain menggunakan					

No	Item Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya menggunakan paylater karena adanya penawaran hadiah menarik					
2	Saya memakai paylater karena kemudahan dalam menggunakannya.					
3	Saya menggunakan paylater untuk berpenampilan sesuai dengan tren.					
4	Saya membayar menggunakan pay later setelah mempertimbangkan harga.					
5	Saya menggunakan paylater karena adanya penawaran discount.					

Lampiran 2

Data Tabulasi Penelitian

1. Variabel Literasi Keuangan

Sampel	LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	LK6
1	5	5	5	5	5	5
2	4	5	4	4	4	4
3	4	5	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5	5
6	5	5	5	5	5	5

7	5	5	5	5	5	5
8	2	4	4	4	4	5
9	4	5	4	4	5	5
10	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5
12	5	5	4	5	4	4
13	3	5	5	5	4	5
14	4	5	4	5	4	4
15	5	5	5	5	5	5
16	4	5	5	4	5	4
17	4	5	4	4	5	4
18	5	5	4	5	5	4
19	4	5	5	5	5	5
20	5	4	4	5	4	5
21	4	5	5	5	4	5
22	4	4	4	4	4	4
23	3	4	5	4	4	4
24	4	4	5	4	4	4
25	4	5	4	5	4	5
26	5	5	4	5	5	5
27	5	5	4	4	5	5
28	5	5	5	5	5	5
29	4	5	5	5	3	5
30	4	4	4	4	4	4
31	4	4	5	4	4	5
32	5	5	4	4	5	4
33	4	4	4	4	5	5
34	4	4	5	5	4	5
35	4	4	5	5	4	5
36	4	4	5	4	4	4
37	4	4	4	4	5	4
38	4	4	5	5	5	5
39	4	5	4	4	4	5
40	4	5	4	5	4	4
41	4	4	4	4	4	5
42	4	4	5	4	4	5
43	4	5	4	4	4	4
44	4	4	4	4	5	4
45	4	4	4	5	5	5
46	4	4	4	5	4	4
47	4	4	5	4	5	4
48	5	5	4	4	4	5
49	4	4	5	4	5	4
50	4	5	4	5	4	4

51	2	2	2	2	2	1
52	4	4	5	4	5	4
53	4	4	4	4	5	4
54	4	4	4	4	5	4
55	4	4	4	5	4	5
56	4	4	4	4	4	5
57	2	2	1	2	1	1
58	4	4	3	5	5	4
59	4	4	5	5	3	3
60	5	5	5	4	3	4
61	4	4	4	4	4	5
62	5	4	3	4	5	5
63	5	5	5	5	4	4
64	5	4	5	4	4	4
65	2	2	2	1	1	2
66	4	5	4	5	5	4
67	5	4	5	4	4	5
68	4	4	5	5	5	5
69	4	3	4	4	5	5
70	5	5	4	4	4	4
71	2	2	2	1	1	1
72	4	5	3	5	5	5
73	4	5	5	4	4	5
74	4	2	5	4	3	5
75	3	2	4	4	4	5
76	3	4	3	3	4	5
77	5	5	5	5	5	5
78	4	4	4	4	4	4
79	5	5	5	5	5	5
80	5	5	4	4	5	5
81	5	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5	5
8	4	4	3	3	4	4
84	5	5	2	4	4	5
85	5	5	4	4	5	5
86	5	5	4	4	4	5
87	3	3	5	4	5	5
88	5	5	5	5	5	5
89	4	4	3	4	4	2
90	5	5	4	5	5	5
91	5	5	5	4	4	4
92	5	4	5	5	5	4
93	5	4	5	4	4	5
94	5	5	5	5	5	5

95	4	5	5	4	4	4
96	5	4	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5
99	5	5	3	5	5	5
100	4	5	2	5	5	5
101	5	5	1	5	5	5
102	5	5	4	5	5	5
103	5	5	4	5	5	5
104	5	5	4	5	5	5
105	5	5	5	5	5	5
106	4	5	5	5	5	5
107	4	5	5	4	5	5
108	5	4	5	5	5	5
109	5	5	4	4	5	5
110	4	5	4	4	4	5
111	5	5	5	5	5	5
112	4	5	5	4	4	4
113	4	4	4	4	4	4
114	4	3	4	5	5	4
115	5	5	4	4	5	5
116	4	5	4	4	5	5
117	4	4	3	5	5	5
118	5	4	4	4	5	3
119	4	4	5	5	5	5
120	5	5	4	5	5	4
121	5	3	3	3	4	5
122	5	5	5	5	5	5
123	5	5	4	5	4	5
124	4	4	3	4	5	5
125	4	5	5	4	5	5
126	5	5	4	5	5	5
127	5	5	5	5	5	5
128	4	3	3	2	4	4
129	5	5	3	4	4	5
130	4	5	4	4	4	4
131	3	3	4	3	2	5
132	5	5	4	4	5	4
133	3	4	2	4	3	3
134	1	2	1	2	3	2
135	5	5	5	5	5	5
136	4	3	5	5	4	5
137	5	5	5	5	5	5
138	5	5	4	5	5	5

139	5	5	1	5	5	5
140	5	5	5	5	5	5
141	4	4	4	5	5	5
142	5	3	4	5	3	5
143	4	3	4	5	3	5
144	5	4	5	5	4	5
145	4	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	4	4
147	4	4	5	5	3	5
148	4	4	3	4	5	5
149	2	5	4	4	3	4
150	4	4	4	4	4	4
151	5	5	3	4	3	5
152	3	5	4	4	4	4
153	5	5	5	5	5	5
154	2	4	4	5	3	5
155	5	5	5	5	5	5
156	4	4	5	5	3	5
157	5	5	5	4	4	4
158	5	5	5	5	5	5
159	5	5	5	4	4	5
160	4	4	3	4	4	5
161	4	4	4	4	4	4
162	4	5	4	5	4	5
163	5	5	4	4	2	4
164	4	5	3	4	2	4
165	4	4	4	4	4	4
166	5	5	4	4	3	5
167	5	5	5	5	5	5
168	4	4	4	4	4	4
169	4	4	4	4	4	4
170	5	5	4	5	5	5
171	2	2	3	4	2	1
172	4	4	4	4	4	4
173	4	4	4	4	4	4
174	5	5	5	5	5	5
175	3	5	4	4	4	4
176	4	3	3	5	5	5
177	5	5	5	5	5	5
178	5	5	5	5	5	5

2. Variabel Pengendalian Diri

Sampel	PD1	PD2	PD3	PD4	PD5	PD6	PD7	PD8

1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	2	4	4	4	4
3	5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	5
6	4	4	4	4	5	4	5	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	2	2	4	2	2	2
9	4	4	5	4	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	4	4	5	4	4	4
12	4	5	4	4	4	4	5	4
13	5	4	4	3	5	4	4	4
14	4	4	4	4	5	4	5	4
15	5	5	5	4	4	5	4	5
16	5	4	5	4	5	5	4	5
17	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	5	4	4	5	4	5	4
19	4	4	5	4	5	5	5	5
20	5	5	4	4	4	5	5	4
21	4	4	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	3	3	4	2	4	4	3	3
24	4	4	5	4	5	4	5	5
25	5	4	5	4	4	5	4	4
26	5	4	4	4	5	4	5	4
27	5	5	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	3	3	4	3	3	3
30	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	5	4	5	4	4	5
32	4	5	5	4	5	4	5	4
33	5	4	4	5	5	4	4	4
34	5	5	4	4	5	5	5	5
35	4	5	4	4	5	5	4	4
36	4	4	4	5	5	5	4	4
37	5	4	5	4	5	4	5	4
38	5	4	4	4	4	4	4	4
39	5	5	5	5	4	4	4	4
40	5	5	4	4	4	4	4	5
41	4	4	4	5	4	4	5	5
42	4	4	4	5	4	5	4	5

43	4	4	4	4	5	4	5	4
44	4	5	4	5	5	4	5	4
45	5	4	5	5	5	4	4	4
46	4	4	4	4	4	5	5	4
47	4	5	4	5	5	4	4	5
48	5	4	4	4	5	5	4	5
49	4	4	5	4	4	4	4	4
50	4	4	4	5	4	5	5	5
51	1	2	2	1	2	2	1	2
52	4	4	5	4	4	5	4	5
53	4	4	4	4	5	5	5	4
54	5	4	4	5	5	4	4	4
55	5	4	4	5	4	4	4	4
56	4	5	4	5	4	4	4	5
57	2	2	2	2	2	2	2	2
58	4	5	4	3	3	4	4	3
59	4	3	3	4	4	4	3	3
60	3	4	5	3	5	4	5	5
61	4	4	4	3	5	5	5	5
62	4	4	4	4	4	3	5	5
63	5	4	4	3	3	4	5	4
64	5	4	3	3	4	5	5	5
65	1	2	1	2	2	2	1	1
66	4	4	4	3	4	4	4	4
67	5	5	4	2	5	3	5	5
68	4	4	3	3	4	3	4	4
69	5	5	3	2	4	4	4	4
70	5	5	3	3	4	3	3	4
71	2	1	2	1	2	1	2	1
72	5	5	2	2	4	4	4	3
73	5	5	4	4	5	5	5	5
74	4	4	2	2	5	3	5	3
75	4	4	2	2	3	3	2	4
76	5	3	4	3	4	3	3	4
77	5	5	3	4	4	4	4	3
78	4	5	4	5	4	5	4	5
79	5	5	5	5	5	5	5	5
80	4	4	3	4	4	4	4	3
81	5	5	4	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	3	4	4	4	4	4
84	5	5	3	3	4	4	4	3

85	4	5	1	2	4	3	4	3
86	5	5	3	3	4	3	4	2
87	4	3	2	5	5	4	4	4
88	4	4	4	4	5	4	4	4
89	5	5	4	4	4	5	4	4
90	5	5	3	2	4	3	4	4
91	4	3	3	3	3	4	5	5
92	4	5	5	5	5	5	5	4
93	5	5	4	4	5	4	5	5
94	5	5	5	5	4	4	5	5
95	4	4	5	4	5	5	4	4
96	4	4	4	4	5	4	4	4
97	4	4	4	5	5	5	5	4
98	5	5	5	5	5	5	5	5
99	4	4	2	1	3	3	2	3
100	5	5	2	1	3	2	1	1
101	5	5	1	1	3	3	3	3
102	5	5	4	3	4	3	4	3
103	5	5	3	3	4	4	4	5
104	5	5	3	3	4	2	4	4
105	5	5	5	5	5	5	5	5
106	5	5	4	3	4	4	4	4
107	5	5	2	2	4	4	4	4
108	4	4	5	4	5	5	5	3
109	5	5	2	2	4	4	4	3
110	5	5	3	3	3	3	4	3
111	5	5	4	1	4	3	5	4
112	5	5	4	2	5	4	5	4
113	4	4	4	4	4	4	4	4
114	5	5	4	4	5	3	5	4
115	5	5	5	4	5	4	4	4
116	5	5	5	4	5	5	5	4
117	5	3	4	4	5	5	5	4
118	5	4	4	5	4	5	4	4
119	4	4	5	4	5	5	5	3
120	3	5	3	5	5	4	5	5
121	5	5	4	5	4	5	5	5
122	4	4	4	4	4	4	4	4
123	5	5	3	2	4	4	4	3
124	5	5	4	3	4	4	5	3
125	5	4	4	1	4	4	4	3
126	4	5	3	4	4	4	4	2

127	4	4	3	4	5	4	5	3
128	4	3	2	4	4	3	5	5
129	5	5	5	5	5	5	5	4
130	4	4	2	2	4	3	3	2
131	4	5	4	5	3	2	3	4
132	4	4	3	3	5	5	5	5
133	5	5	2	2	3	2	3	3
134	2	2	3	3	2	2	1	2
135	5	5	5	5	5	5	5	5
136	4	4	5	2	5	5	5	4
137	2	2	3	5	5	5	5	4
138	3	3	5	5	5	4	4	3
139	5	5	1	1	3	2	4	2
140	5	5	5	5	5	5	5	5
141	4	4	2	1	4	5	5	4
142	4	4	5	1	4	4	5	2
143	4	4	3	3	5	4	5	3
144	4	4	3	3	5	5	4	4
145	4	4	4	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	4	4	4	4
147	4	4	3	2	4	4	4	2
148	3	4	2	4	5	4	4	3
149	4	5	4	4	5	5	5	4
150	4	4	4	4	4	4	4	4
151	5	4	2	3	5	4	5	4
152	4	4	4	4	4	4	4	4
153	5	5	2	2	4	3	4	3
154	4	4	4	3	5	4	5	4
155	5	5	5	5	5	5	5	5
156	3	3	5	5	5	5	5	4
157	3	3	5	4	5	5	4	5
158	5	5	4	4	4	4	4	4
159	4	4	3	3	4	4	4	3
160	4	3	4	2	5	4	4	4
161	4	4	4	4	4	4	4	4
162	4	5	4	5	4	5	4	5
163	4	4	3	2	4	4	4	4
164	4	4	3	4	4	4	4	3
165	4	4	3	1	4	4	4	4
166	3	3	4	4	4	4	4	4
167	4	4	4	4	5	4	4	4
168	4	4	4	4	4	4	4	4

169	4	4	4	4	4	4	4	4
170	4	4	3	1	5	4	4	4
171	2	3	2	2	4	2	3	1
172	4	4	4	4	4	4	4	4
173	5	5	4	3	4	4	4	4
174	5	5	5	5	5	5	5	5
175	4	4	5	4	4	4	4	4
176	3	3	4	4	4	4	5	5
177	5	5	3	1	4	2	4	4
178	5	5	5	5	5	5	5	5

3. Variabel Pengaruh Sosial

Sampel	PS1	PS2	PS3	PS4	PS5
1	5	5	5	5	5
2	3	3	5	4	4
3	5	5	5	5	4
4	4	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5
6	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5
8	2	3	2	2	2
9	5	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4
11	4	5	5	5	5
12	4	5	4	4	5
13	3	3	3	4	4
14	4	4	4	4	4
15	5	5	5	5	5
16	5	4	5	5	5
17	5	4	4	4	4
18	4	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4
20	4	4	5	5	5
21	4	4	5	4	4
22	4	5	4	5	4
23	2	2	2	2	4
24	5	4	4	4	4
25	5	5	4	4	5
26	4	5	4	4	4
27	4	4	5	5	5
28	4	4	4	4	4
29	3	4	4	4	4

30	4	4	4	4	4
31	4	4	5	5	5
32	5	4	5	4	5
33	4	5	4	5	5
34	4	4	4	4	4
35	4	5	4	5	4
36	5	4	5	5	5
37	4	4	5	4	5
38	5	5	4	5	5
39	5	4	5	4	4
40	4	4	5	4	4
41	4	5	4	5	4
42	4	5	4	5	4
43	4	4	4	5	4
44	4	4	5	4	4
45	4	4	4	5	4
46	4	5	4	4	4
47	4	5	5	4	5
48	5	4	5	4	4
49	4	4	5	4	4
50	4	4	4	4	5
51	2	2	2	2	1
52	5	4	5	4	4
53	4	4	4	4	5
54	4	4	4	5	4
55	4	4	5	4	4
56	4	4	4	5	4
57	1	1	2	1	2
58	4	4	4	4	3
59	4	5	5	4	4
60	3	4	4	4	4
61	3	4	4	4	4
62	5	5	4	4	4
63	5	4	4	5	4
64	5	5	4	3	4
65	2	2	1	2	2
66	4	5	5	5	4
67	4	5	5	5	5
68	3	4	5	4	4
69	3	3	4	4	3
70	4	4	4	4	5
71	2	1	2	1	1

72	2	4	4	4	4
73	3	5	5	4	5
74	2	4	3	2	1
75	3	4	3	4	5
76	3	5	5	4	5
77	3	4	5	4	4
78	4	5	5	4	4
79	5	5	5	5	5
80	2	4	5	5	5
81	2	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5
84	2	4	4	4	4
85	4	3	3	4	4
86	3	4	4	4	4
87	4	5	3	4	4
88	4	4	5	4	4
89	5	3	4	4	3
90	2	4	4	4	4
91	5	4	4	5	4
92	5	5	4	5	5
93	3	4	5	3	5
94	5	5	5	5	4
95	4	4	4	4	4
96	3	4	4	5	5
97	3	5	5	5	4
98	5	5	5	5	5
99	1	1	1	1	1
100	1	1	1	2	2
101	2	2	2	2	2
102	4	3	4	4	4
103	3	4	3	4	4
104	4	4	4	4	4
105	5	5	5	5	5
106	3	4	4	4	4
107	3	4	4	4	4
108	4	4	5	3	5
109	2	4	4	3	4
110	4	4	4	4	4
111	2	4	4	4	4
112	2	4	5	4	5
113	4	4	4	4	4

114	5	4	4	5	4
115	5	4	4	4	4
116	3	5	5	5	5
117	5	4	3	2	4
118	5	4	5	4	5
119	5	5	5	5	5
120	5	4	3	3	4
121	5	5	4	5	4
122	4	5	5	5	5
123	2	3	4	4	4
124	2	3	4	4	5
125	4	4	4	4	5
126	3	3	4	4	4
127	3	3	4	4	4
128	3	3	4	5	5
129	3	4	4	4	4
130	5	4	4	4	4
131	4	4	3	5	4
132	3	4	4	4	4
133	4	3	2	2	2
134	3	1	2	2	2
135	3	3	4	4	4
136	4	5	5	5	5
137	2	4	4	4	4
138	2	4	4	4	5
139	1	2	1	2	1
140	5	5	5	5	5
141	1	2	4	1	5
142	2	4	4	5	5
143	3	4	4	4	4
144	4	4	4	4	5
145	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	4
147	3	3	3	3	3
148	1	2	2	2	2
149	1	4	4	4	5
150	4	4	4	4	4
151	1	4	4	4	4
152	4	4	4	4	4
153	1	1	2	2	2
154	1	2	2	1	4
155	5	5	5	5	5

156	2	4	4	4	4
157	4	4	3	3	4
158	3	4	3	4	5
159	3	4	4	4	4
160	4	3	4	4	4
161	4	4	4	4	4
162	4	5	4	5	4
163	3	3	4	4	4
164	4	4	4	4	4
165	2	3	4	4	4
166	3	4	4	4	4
167	2	4	4	4	4
168	4	4	4	4	4
169	4	4	4	4	4
170	1	3	3	3	3
171	1	3	2	2	3
172	4	4	4	4	4
173	2	4	4	4	4
174	5	5	5	5	5
175	3	4	4	4	4
176	1	3	3	3	3
177	4	3	3	2	2
178	1	5	5	5	5

4. Variabel Perilaku Konsumtif

Sampel	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5
1	5	5	5	5	5
2	2	4	2	4	4
3	4	5	4	4	4
4	5	4	4	5	5
5	5	4	5	5	5
6	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5
8	4	4	2	3	2
9	4	5	4	4	5
10	4	4	3	3	4
11	5	5	4	5	5
12	5	5	4	5	5
13	3	4	3	5	5
14	4	4	4	4	4
15	5	5	5	5	5

16	4	5	5	4	5
17	4	4	4	4	4
18	5	5	4	5	5
19	5	5	4	5	5
20	5	5	4	5	5
21	5	4	5	4	4
22	5	4	5	4	5
23	2	4	2	5	4
24	5	4	4	4	5
25	4	4	4	4	5
26	5	5	4	5	5
27	5	5	4	5	5
28	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4
31	4	5	4	5	4
32	4	5	4	5	4
33	4	4	4	4	5
34	4	5	4	5	4
35	5	4	5	4	5
36	4	4	5	5	4
37	4	5	5	5	4
38	4	4	5	5	5
39	4	4	4	5	5
40	4	5	4	4	4
41	4	5	5	5	5
42	5	4	4	4	4
43	5	4	4	4	4
44	5	4	4	4	4
45	4	4	4	5	4
46	5	4	5	4	5
47	4	5	4	4	5
48	4	4	4	5	4
49	4	4	4	5	4
50	5	4	4	4	4
51	1	2	1	2	1
52	4	4	5	4	4
53	5	4	5	4	4
54	5	4	4	4	5
55	5	4	5	5	4
56	4	5	4	4	4
57	1	2	1	2	1

58	4	5	4	3	4
59	3	3	3	4	3
60	4	5	3	4	5
61	5	5	3	4	5
62	5	4	5	5	5
63	5	4	5	4	5
64	5	5	4	4	3
65	1	2	2	2	2
66	4	5	5	4	4
67	5	5	5	5	5
68	5	5	4	4	4
69	4	4	3	5	3
70	5	4	4	5	5
71	2	1	2	2	2
72	4	4	3	5	5
73	5	5	5	4	4
74	5	5	3	4	5
75	3	3	2	4	5
76	5	3	4	5	5
77	5	5	3	5	5
78	4	4	5	4	5
79	5	5	5	5	5
80	5	5	3	5	5
81	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5
84	4	4	3	4	4
85	4	4	2	4	4
86	4	4	2	5	4
87	5	4	4	4	4
88	5	4	5	5	5
89	5	4	3	3	5
90	4	4	2	4	4
91	5	5	3	2	5
92	4	5	5	5	5
93	5	5	4	5	4
94	5	5	5	5	4
95	4	5	4	4	4
96	5	5	3	5	5
97	5	5	4	5	5
98	5	5	5	5	5
99	3	3	1	2	2

100	2	1	1	2	2
101	2	2	2	3	2
102	4	4	2	4	4
103	5	4	2	4	4
104	4	4	3	4	4
105	5	5	5	5	5
106	4	4	3	4	4
107	4	4	2	4	4
108	5	5	4	5	5
109	4	4	3	5	5
110	4	5	3	4	4
111	5	5	4	5	5
112	4	5	2	5	5
113	4	4	4	4	4
114	5	3	5	4	4
115	5	4	5	4	5
116	5	5	4	5	5
117	5	5	4	4	3
118	4	3	5	5	3
119	4	5	3	5	5
120	5	5	5	4	4
121	5	4	3	3	5
122	4	4	2	4	4
123	3	3	2	3	3
124	5	5	2	5	5
125	4	5	1	5	4
126	4	5	2	5	4
127	4	4	3	4	5
128	3	2	2	5	3
129	5	5	1	5	5
130	4	4	2	3	4
131	4	5	4	3	5
132	5	5	4	5	5
133	3	3	1	2	3
134	2	2	1	1	2
135	5	5	5	5	5
136	4	4	3	4	5
137	5	5	5	5	5
138	5	5	5	4	5
139	4	3	1	3	5
140	5	5	5	5	5
141	5	4	1	5	5

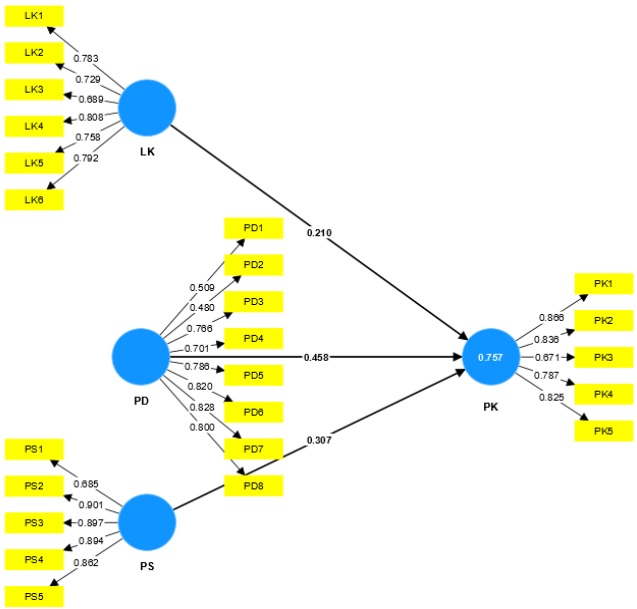
142	5	5	1	4	5
143	4	4	2	4	4
144	5	5	4	4	5
145	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	4
147	4	4	1	5	4
148	4	4	1	3	5
149	5	5	1	5	5
150	4	4	4	4	4
151	4	4	1	4	4
152	4	4	4	4	4
153	4	4	1	4	5
154	4	4	1	4	5
155	5	5	5	5	5
156	5	5	4	4	5
157	5	4	4	4	4
158	5	5	3	5	5
159	4	4	4	4	4
160	4	4	3	4	4
161	4	4	4	4	4
162	5	4	4	4	4
163	4	4	4	4	4
164	5	4	4	5	5
165	4	4	4	4	4
166	4	5	1	5	4
167	4	4	2	4	4
168	4	4	4	4	4
169	4	4	4	4	4
170	4	4	1	4	4
171	4	4	1	4	4
172	4	4	4	4	4
173	4	4	3	4	4
174	5	5	5	5	5
175	4	4	2	4	4
176	5	5	4	4	4
177	3	3	3	4	5
178	5	5	5	5	5

Lampiran 3

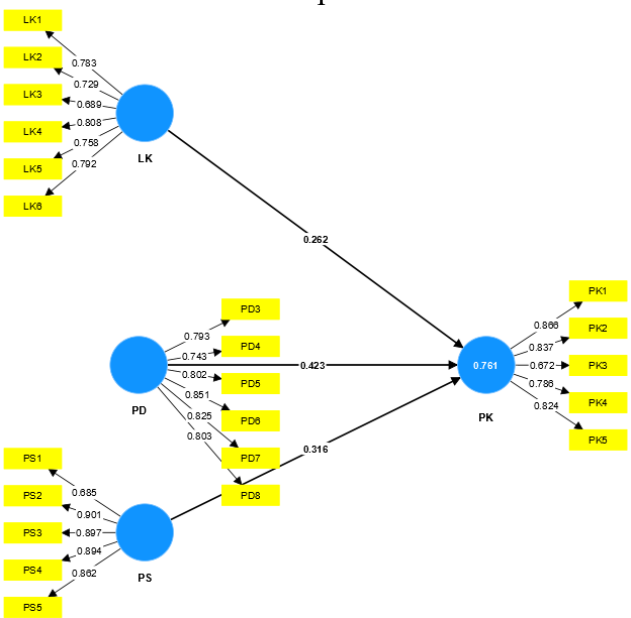
Output Statistik

1. Model Hasil Uji Alogarithm

Sebelum dihapus indikator



Sesudah dihapus indikator



2. Model Hasil Uji Bootstrapping

