

Literasi Keuangan, *Self-Control*, dan Perilaku Konsumtif Dalam penggunaan *Buy Now Pay Later* pada Generasi Z: Bukti Empiris dari Kota Cirebon

Della Kurnia Sari ^{1*}, Nurhana Dhea Parlina ²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Swadaya Gunung Jati, Kota Cirebon, Indonesia.

Email: della.122020583@ugj.ac.id ^{1*}, nurhanadp@ugj.ac.id ²

Histori Artikel:

Dikirim 14 Maret 2026; Diterima dalam bentuk revisi 15 Juni 2026; Diterima 20 Juli 2026; Diterbitkan 1 Agustus 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET) – Lembaga KITA.

Suggested citation:

Sari, D. K., & Parlina, N. D. (2026). Literasi Keuangan, *Self-Control*, dan Perilaku Konsumtif Dalam penggunaan *Buy Now Pay Later* pada Generasi Z: Bukti Empiris dari Kota Cirebon. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 12(4), 3923-3932. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v12i4.6812>.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif didalam penggunaan *buy now pay later* (BNPL) pada Generasi Z di Kota Cirebon. Penelitian memakai pendekatan kuantitatif pada desain eksplanatori. Data didapatkan pada survei terhadap 199 responden yang dipilihkan pada teknik purposive sampling dan dianalisiskan menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian memberi suatu petunjuk jika literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif didalam penggunaan BNPL. *Self-control* juga berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif. Temuan ini memberi suatu petunjuk jika pada konteks kredit digital, pengetahuan keuangan dan persepsi kemampuan mengendalikan diri tidak selalu berfungsi sebagai faktor protektif, namun dalam kondisi tertentu bisa menjadi dasar justifikasi untuk tetap melakukan konsumsi. Selain itu, kedua variabel secara bersamaan bisa memberi penjelasan 59,2% variasi perilaku konsumtif. Penelitian ini menegaskan jika perilaku konsumsi pada ekosistem BNPL perlu dipahami tidak hanya dari aspek kemudahan teknologi, namun juga dari faktor kognitif dan psikologis pengguna.

Kata Kunci: Beli Sekarang, Bayar Nanti; Literasi Keuangan; Kontrol Diri; Perilaku Konsumtif; Generasi Z.

Abstract

The aim of this research is to explore how financial literacy and self-discipline impact spending habits concerning “buy now, pay later” (BNPL) services among Generation Z in Cirebon City. This research utilizes a quantitative method with an explanatory framework. Data was gathered through a survey involving 199 individuals who were chosen via purposive sampling, and the analysis was carried out using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings reveal that financial literacy positively and significantly influences consumer behavior related to BNPL usage. Similarly, self-discipline also shows a positive and significant impact on consumer habits. These results imply that, in the realm of digital credit, financial awareness and self-control perceptions do not always serve as protective mechanisms; instead, they can sometimes justify persistent spending under certain circumstances. Additionally, these two factors together explain 59.2% of the variation in consumer behavior. This research highlights the necessity of understanding consumption behavior within the BNPL framework not just through the lens of technological ease but also considering the cognitive and psychological aspects of the users.

Keyword: Buy Now Pay Later; Financial Literacy; Self-Control; Consumptive Behavior; Generation Z.

1. Pendahuluan

Perkembangan *financial technology* (fintech) telah mengubah pola transaksi konsumen dari pembayaran tunai menuju sistem pembayaran digital yang semakin fleksibel. Suatu inovasi yang berkembang sangat cepat yaitu buy now pay later (BNPL), yaitu fasilitas pembayaran yang akan mungkin konsumen mendapatkan barang atau jasa saat ini dan menunda pembayarannya ke periode berikutnya. Dalam konteks e-commerce, kehadiran BNPL tidak hanya memperluas akses terhadap pembiayaan jangka pendek, namun juga terbukti meningkatkan frekuensi pembelian dan total pengeluaran konsumen secara online. Di Indonesia, fenomena BNPL juga telah dikaitkan dengan pola impulsive buying dalam belanja daring dan layak dianalisis sebagai respons perilaku konsumen terhadap stimulus pembayaran digital yang baru (Juita *et al.*, 2024; Kumar *et al.*, 2024). Bagi Generasi Z, daya tarik BNPL menjadi semakin kuat karena kelompok ini tumbuh di dalam ekosistem digital yang menormalisasi transaksi instan, promosi personal, dan pengalaman belanja berbasis aplikasi. Proses aktivasi yang cepat, limit yang segera tersedia, serta skema cicilan yang terasa ringan bisa menurunkan hambatan psikologis saat bertransaksi. Akibatnya, keputusan pembelian tidak lagi semata-mata didasarkan di kebutuhan, namun juga pada persepsi kemudahan, rasa mampu membayar, dan dorongan untuk mendapatkan kepuasan secara segera. Tinjauan mutakhir tentang BNPL juga memberi suatu petunjuk jika instrumen ini semakin dipahami bukan hanya pada alat pembayaran, namun sebagai faktor yang mempunyai implikasi perilaku dan psikologis terhadap pembelian impulsif maupun potensi keberhutangan konsumen (Kumar *et al.*, 2024; Nusir *et al.*, 2026). Dalam kerangka perilaku konsumen, dua faktor internal yang relevan untuk menjelaskan respons pengguna terhadap BNPL yaitu literasi keuangan dan self-control. Secara normatif, literasi keuangan seharusnya memberi bantuan individu memahami biaya, risiko, dan konsekuensi penggunaan kredit digital, sementara self-control memberi bantuan individu menahankan dorongan konsumsi jangka pendek demi stabilitas keuangan jangka panjang. Argumen ini sejalan dengan temuan penelitian pada Generasi Z di Kota Depok yang memberi suatu petunjuk jika literasi keuangan dan mengendalikan diri berpengaruh negatif dan signifikan pada perilaku konsumtif. Temuan serupa juga ditemukan di konteks mahasiswa, dimana literasi keuangan dan mengendalikan diri dilaporkan menekan kecenderungan perilaku konsumtif. Dari literatur internasional, self-control juga telah terbukti berkaitan negatif dengan hutang riil dan perilaku pembelian kompulsif, hingga variabel ini tetap penting untuk diuji dalam konteks pembiayaan digital (Achtziger *et al.*, 2015; Al'Hafiz & Ramadhani, 2024; Prihatini & Irianto, 2021).

Namun, temuan pada konteks paylater tidak selalu bergerak ke arah yang sama. Penelitian pada pengguna Shopee Paylater di Lamongan memberi suatu petunjuk jika literasi keuangan justru mempunyai hubungan positif dan signifikan pada perilaku konsumtif, dengan locus of control berperan sebagai variabel yang ikut menjelaskan hubungan itu. Di sisi lain, penelitian pada Generasi Z di Banjarmasin menemukan jika literasi keuangan berpengaruh signifikan pada keputusan penggunaan Shopee Paylater. Perbedaan hasil ini memberi suatu petunjuk jika dalam ekosistem kredit digital, pengetahuan keuangan tidak selalu berfungsi sebagai "rem" konsumsi. Dalam kondisi tertentu, pengetahuan justru bisa meningkatkan rasa percaya diri, persepsi aman, atau justifikasi untuk memanfaatkan fasilitas kredit secara lebih intensif. Pada demikian, hubungan diantara literasi keuangan, self-control, dan perilaku konsumtif pada pengguna BNPL masih memperlihatkan ruang ketidakkonsistenan empiris yang perlu diuji lebih lanjut (Ani *et al.*, 2023; Mariyani & Risanta, 2025). Berdasarkan uraian itu, masih terdapat kebutuhan untuk mengujikan kembali bagaimana literasi keuangan dan self-control memberi pengaruh perilaku konsumtif didalam penggunaan BNPL, khususnya pada Generasi Z sebagai kelompok pengguna digital yang sangat dekat pada layanan paylater. Selain itu, bukti empiris pada konteks kota menengah contohnya Kota Cirebon masih relatif terbatas dibandingkan studi-studi yang berfokus pada kota besar atau populasi mahasiswa umum. Maka dari itu, penelitian ini tujuannya untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan self-control terhadap perilaku konsumtif didalam penggunaan BNPL pada Generasi Z di Kota Cirebon. Fokus ini diharapkan bisa memberi kontribusi empiris yang lebih kontekstual terhadap literatur perilaku konsumen digital, sekaligus memperjelas apakah kedua variabel itu benar-benar

RESEARCH ARTICLE

berfungsi sebagai faktor protektif atau justru dapat berubah menjadi pendorong konsumsi dalam ekosistem pembayaran digital.

2. Tinjauan Pustaka

Layanan *buy now pay later* (BNPL) yaitu bentuk kredit digital jangka pendek yang akan mungkin bagi konsumen mendapatkan barang pada saat ini dan menunda pembayaran ke periode berikutnya. Dalam literatur pemasaran dan perilaku konsumen, BNPL tidak lagi dipahami hanya sebagai metode pembayaran, melainkan sebagai mekanisme yang mampu mengubah persepsi biaya, menurunkan hambatan transaksi, dan mendorong peningkatan pengeluaran. Studi pada *Journal of Retailing* memberi suatu petunjuk jika adopsi BNPL meningkatkan ukuran belanja dan pengeluaran online konsumen, sementara riset terbaru di *Journal of Marketing* memberi suatu petunjuk jika skema cicilan BNPL meningkatkan frekuensi pembelian dan nilai pembelian karena pembayaran dicicil membuat beban harga terasa lebih ringan dan kendala keuangan terasa lebih longgar (Kumar *et al.*, 2024; Maesen & Ang, 2025). Dalam penelitian ini, BNPL ditempatkan didalam kerangka *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R). Perspektif ini menjelaskan jika rangsangan dari lingkungan akan diproses melalui kondisi internal individu sebelum menghasilkan respons perilaku. Dalam konteks konsumsi, Donovan *et al.* (1994) memberi suatu petunjuk jika stimulus lingkungan belanja bisa memberi pengaruh emosi dan perilaku pembelian aktual. Pada konteks BNPL di Indonesia, Juita *et al.* (2024) juga menggunakan model S-O-R untuk menjelaskan bagaimana stimulus promosi dan kemudahan paylater diproses melalui kondisi internal pengguna dan kemudian memberi pengaruh kecenderungan pembelian impulsif. Pada demikian, didalam penelitian ini BNPL diposisikan sebagai stimulus, literasi keuangan dan self-control sebagai organism, sementara perilaku konsumtif sebagai response. Meskipun demikian, penerimaan awal terhadap BNPL tetap bisa dijelaskan secara pelengkap melalui *Technology Acceptance Model* (TAM). Davis (1989) menegaskan jika persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yaitu penentu penting penerimaan teknologi. Dalam konteks BNPL, dua persepsi ini memberi bantuan menjelaskan mengapa Generasi Z cepat menerima fitur paylater: layanan dianggap memudahkan transaksi, mempercepat pembelian, dan memberi fleksibilitas pembayaran. Namun, karena fokus penelitian ini bukan pada niat adopsi teknologi, melainkan pada perilaku konsumtif setelah penggunaan, maka TAM diposisikan sebagai teori pendukung, bukan kerangka utama. Penjelasan yang lebih kuat terhadap perilaku konsumtif pengguna BNPL justru datang dari perspektif *behavioral finance*.

Dalam ekosistem kredit digital, keputusan konsumsi tidak selalu mengikuti logika rasional, karena pengguna kerap menilai cicilan kecil sebagai beban yang ringan dan merasa tetap mempunyai ruang belanja. Di sisi lain, literatur klasik memberi suatu petunjuk jika self-control pada umumnya berkorelasi negatif dengan hutang riil dan pembelian kompulsif (Achtziger *et al.*, 2015). Namun, literatur tentang self-licensing memberi suatu petunjuk jika individu juga bisa menggunakan alasan tertentu untuk membenarkan konsumsi hedonik. Penelitian Huberts *et al.* (2014) memberi suatu petunjuk jika godaan konsumsi bisa memicu proses penalaran yang justru melegitimasi pemuasan diri. Dalam konteks BNPL, kondisi ini membuat pengetahuan finansial dan rasa mampu mengendalikan cicilan tidak selalu berfungsi sebagai rem; keduanya dapat berubah menjadi dasar justifikasi untuk tetap berbelanja. Secara empiris, hubungan diantara literasi keuangan, self-control, dan perilaku konsumtif masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Sejumlah penelitian di Indonesia menemukan jika literasi keuangan dan mengendalikan diri menekan perilaku konsumtif, contohnya pada Generasi Z di Kota Depok dan pada mahasiswa, yang keduanya menunjukkan arah pengaruh negatif-signifikan (Al'Hafiz & Ramadhani, 2024; Prihatini & Irianto, 2021). Namun, pada konteks paylater dan konsumsi digital, hasil berbeda mulai muncul. Ani *et al.* (2023) menemukan jika literasi keuangan mempunyai hubungan positif-signifikan pada perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater. Temuan serupa juga terlihat pada studi Generasi Z di Mataram, dimana literasi keuangan justru meningkatkan perilaku konsumtif dalam konteks pembayaran digital (Wahyuni, 2025). Sementara itu, Mariyani & Risanta (2025) memberi suatu petunjuk jika literasi keuangan berpengaruh signifikan pada keputusan penggunaan Shopee Paylater pada Generasi Z di Banjarmasin.

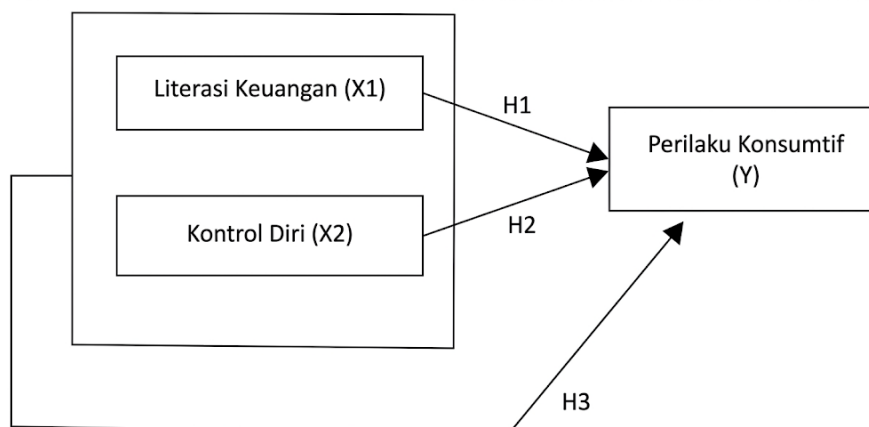
RESEARCH ARTICLE

Perbedaan hasil ini memberi suatu petunjuk jika dalam konteks kredit digital, pengetahuan keuangan tidak selalu berakhir pada perilaku yang lebih hati-hati; dalam kondisi tertentu, ia justru bisa meningkatkan rasa percaya diri, persepsi aman, dan keberanian menggunakan fasilitas pembiayaan konsumtif. Berdasarkan sintesis itu, penelitian ini menempatkan literasi keuangan dan self-control sebagai faktor internal yang tidak bersifat tunggal. Dalam konteks BNPL, keduanya dapat berfungsi ambivalen: secara teoritis bisa menahkankankan perilaku konsumtif, namun secara empiris juga dapat berubah menjadi pendorong konsumsi ketika pengguna merasa paham risiko, merasa mampu mengelola cicilan, dan mendapatkan pembenaran psikologis untuk tetap berbelanja. Di sinilah letak celah penelitian ini, yaitu mengujikan kembali bagaimana dua faktor internal itu bekerja pada Generasi Z pengguna BNPL di Kota Cirebon, sebuah konteks yang belum banyak dibahas dalam studi sebelumnya. Berdasarkan uraian teoretis dan empiris itu, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

H1: Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif didalam penggunaan BNPL pada Generasi Z di Kota Cirebon.

H2: Self-control berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif didalam penggunaan BNPL pada Generasi Z di Kota Cirebon.

H3: Literasi keuangan dan self-control secara simultan berpengaruh signifikan pada perilaku konsumtif didalam penggunaan BNPL pada Generasi Z di Kota Cirebon.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif pada desain eksplanatori atau asosiatif untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan self-control terhadap perilaku konsumtif didalam penggunaan *buy now pay later* (BNPL) pada Generasi Z di Kota Cirebon. Desain ini dipilih karena penelitian difokuskan di pengujian hubungan diantar konstruk laten dalam model yang berorientasi prediksi, bukan sekadar mendeskripsikan fenomena. Penggunaan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dinilai sesuai untuk penelitian yang menekankan kemampuan prediktif model, melibatkan beberapa konstruk secara simultan, dan tidak menuntut asumsi distribusi data yang seketat *covariance-based SEM* (Hair Jr. *et al.*, 2019; Hair & Alamer, 2022). Populasi pada penelitian ini yaitu Generasi Z yang berada di Kota Cirebon dan pernah atau sedang menggunakan layanan BNPL. Sampel penelitian berjumlah 199 responden dan diberi penentuam pada teknik *nonprobability purposive sampling*. Responden dipilihkan pada tiga kriteria, yaitu: (1) termasuk kelompok Generasi Z para rentangan usia 18–28 tahun pada saat penelitian dilakukan; (2) berada di Kota Cirebon; dan (3) pernah atau sedang aktif menggunakan layanan BNPL. Ukuran sampel itu dinilai memadai untuk analisis PLS-SEM karena metode ini tetap bisa digunakan di model prediktif dengan ukuran sampel yang relatif moderat, selama spesifikasi model jelas dan evaluasi model dilakukan secara tepat (Hair Jr. *et al.*, 2019;

RESEARCH ARTICLE

Kock & Hadaya, 2018). Data yang ada pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan pada penyebaran kuesioner daring ke responden yang memenuhi kriteria sampel, sementara data sekunder digunakan sebagai penunjang konseptual dan didapatkan dari artikel jurnal, buku, dan publikasi ilmiah yang relevan pada topik BNPL, literasi keuangan, self-control, dan perilaku konsumtif. Penggunaan kuesioner daring dipandang sesuai dengan karakteristik responden penelitian, yaitu Generasi Z yang yaitu pengguna aktif platform digital dan layanan pembayaran berbasis aplikasi. Pendekatan survei semacam ini juga sejalan dengan studi BNPL di Indonesia yang mengumpulkan data pengguna melalui instrumen kuesioner (Juita *et al.*, 2024). Instrumen penelitian disusun pada bentuk pernyataan tertutup paa skala Likert lima poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju. Penelitian ini mengukur tiga konstruk laten, yaitu literasi keuangan, self-control, dan perilaku konsumtif. Literasi keuangan dioperasionisasikan melalui indikator pengetahuan dasar keuangan, kemampuan pengelolaan uang, pemahaman kredit dan risiko, serta pengambilan keputusan finansial. Self-control diukur melalui kemampuan menahankan godaan, perencanaan tujuan, pengelolaan impuls, dan disiplin dalam belanja. Adapun perilaku konsumtif diukur melalui kecenderungan pembelian impulsif, pembelian non-esensial, orientasi hedonik, dan pengabaian kondisi finansial saat bertransaksi menggunakan BNPL. Seluruh konstruk didalam penelitian ini dimodelkan pada konstruk reflektif.

Analisis data dilakukan dengan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Prosedur analisis dilaksanakan dalam dua tahapan. Tahapan pertama yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*), yang meliputi pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Validitas konvergen dievaluasikan melalui nilai *outer loading* dan *average variance extracted* (AVE), sementara reliabilitas konstruk dievaluasikan melalui *composite reliability* dan Cronbach's alpha. Validitas diskriminan dinilai menggunakan *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT) sebagai kriteria utama dan *Fornell-Larcker criterion* sebagai pemeriksaan tambahan (Fornell & Larcker, 1981; Hair Jr. *et al.*, 2019; Henseler *et al.*, 2015). Tahapan kedua yaitu evaluasi model struktural (*inner model*), yang tujuannya untuk mengujikan hubungan diantar konstruk dan kemampuan penjelasan model. Pada tahapan ini, penilaian dilakukan melalui koefisien determinasi (R^2), relevansi prediktif (Q^2), serta signifikansi koefisien jalur berdasarkan prosedur *bootstrapping*. Hipotesis penelitian diberi pernyataan didukung jika koefisien jalur menunjukkan arah yang sesuai dengan model dan nilai p lebih kecil dari 0,05. Dalam konteks PLS-SEM, pengaruh parsial dibaca dari hasil *bootstrapping* pada masing-masing jalur hubungan, sementara pengaruh bersama literasi keuangan dan self-control terhadap perilaku konsumtif diinterpretasikan dari kemampuan model ketika memberi penjelasan varians konstruk endogen. Maka dari itu, penelitian ini tidak memakai penyajian uji t dan uji F regresi konvensional secara terpisah, melainkan mengikuti kerangka evaluasi *outer model* dan *inner model* yang lebih sesuai untuk PLS-SEM (Hair Jr. *et al.*, 2019; Hair *et al.*, 2014).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Analisis data dilakukan pada 199 responden Generasi Z di Kota Cirebon yang pernah atau sedang aktif menggunakan layanan buy now pay later (BNPL). Pengolahan data memakai pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui SmartPLS. Hasil penelitian disajikan secara bertahapan melalui profil ringkas responden, evaluasi model pengukuran (*outer model*), evaluasi model struktural (*inner model*), dan uji hipotesis. Secara umum, responden penelitian didominasi oleh pengguna perempuan, dengan status pekerjaan terbanyak yaitu mahasiswa sebesar 57,3%, diikuti karyawan sebesar 26,1%. Komposisi ini memberi suatu petunjuk jika layanan BNPL pada konteks penelitian ini paling kuat digunakan oleh kelompok muda yang akrab dengan ekosistem digital, mempunyai kebutuhan konsumsi yang dinamis, dan cenderung merespons promosi maupun kemudahan transaksi secara cepat.

RESEARCH ARTICLE

Tabel 1. Profil Ringkas Responden

Aspek	Temuan
Jumlah responden	199 responden Generasi Z pengguna BNPL di Kota Cirebon
Dominasi gender	Responden didominasi oleh perempuan
Status pekerjaan dominan	Mahasiswa 57,3%; karyawan 26,1%
Karakter umum responden	Pengguna aktif layanan BNPL dengan intensitas interaksi tinggi terhadap platform digital

Evaluasi outer model diawali dengan pengujian validitas konvergen pada nilai outer loading. Semua indikator pada ketiga konstruk mempunyai nilai outer loading di atas 0,70, hingga setiap indikator dinilai mampu memberi presentasi konstruk yang diukur secara memadai. Pada konstruk literasi keuangan, nilai loading ada di rentang 0,711–0,827. Pada konstruk perilaku konsumtif, nilai loading ada di rentang 0,730–0,799. Adapun pada konstruk self-control, nilai loading ada di rentang 0,716–0,797. Temuan ini memberi suatu petunjuk jika instrumen yang digunakan telah mempunyai konsistensi indikator yang baik pada masing-masing konstruk laten.

Tabel 2. Nilai Outer Loading

Indikator	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif	Self-Control	Status
LK1	0,794	-	-	Valid
LK2	0,714	-	-	Valid
LK3	0,827	-	-	Valid
LK4	0,814	-	-	Valid
LK5	0,731	-	-	Valid
LK6	0,762	-	-	Valid
LK7	0,735	-	-	Valid
LK8	0,711	-	-	Valid
PK1	-	0,799	-	Valid
PK2	-	0,741	-	Valid
PK3	-	0,776	-	Valid
PK4	-	0,759	-	Valid
PK5	-	0,746	-	Valid
PK6	-	0,778	-	Valid
PK7	-	0,757	-	Valid
PK8	-	0,730	-	Valid
SC1	-	-	0,778	Valid
SC2	-	-	0,716	Valid
SC3	-	-	0,797	Valid
SC4	-	-	0,757	Valid
SC5	-	-	0,762	Valid

Validitas konvergen juga dikonfirmasi pada nilai Average Variance Extracted (AVE), sementara reliabilitas konstruk diujikan pada Cronbach's alpha dan composite reliability. Seluruh konstruk mempunyai nilai AVE di atas 0,50, Cronbach's alpha diatas 0,80, dan composite reliability di atas 0,87. Maka, instrumen penelitian tidak hanya valid secara konvergen, namun juga reliabel untuk mengukur ketiga konstruk penelitian.

RESEARCH ARTICLE

Tabel 3. Validitas Konvergen dan Reliabilitas Konstruk

Variabel	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Literasi Keuangan	0,581	0,897	0,917
Perilaku Konsumtif	0,579	0,896	0,917
Self-Control	0,582	0,820	0,874

Discriminant validity pada draft output penelitian ini dievaluasi menggunakan Fornell-Larcker criterion. Secara konseptual, konstruk diberi pernyataan mempunyai discriminant validity yang memadai apabila akar kuadrat AVE pada diagonal utama lebih besar daripada korelasi antar-konstruk. Matriks yang tersedia pada draft penelitian ditunjukkan pada Tabel 4 dan tetap disajikan untuk menjaga keterlacakan hasil. Namun demikian, karena terdapat korelasi antarkonstruk yang sangat tinggi, verifikasi ulang terhadap output final SmartPLS sebelum naskah diserahkan sangat disarankan agar pelaporan hasil benar-benar konsisten dengan keluaran perangkat lunak.

Tabel 4. Matriks Fornell-Larcker pada Draft Output

	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif	Self-Control
Literasi Keuangan	0,762		
Perilaku Konsumtif	0,753	0,761	
Self-Control	0,823	0,828	0,763

Setelah evaluasi model pengukuran dilakukan, tahapan berikutnya yaitu evaluasi model struktural. Nilai R-square bagi variabel perilaku konsumtif sebesar 0,592 pada nilai adjusted R-square sebesar 0,588. Nilai itu memberi suatu petunjuk jika literasi keuangan dan self-control secara bersamaan bisa memberi penjelasan 59,2% variasi perilaku konsumtif. Pada demikian, model mempunyai daya jelas yang tergolong moderat dan memberi suatu petunjuk jika kedua variabel independen yaitu prediktor penting dalam menjelaskan perilaku konsumtif pada penggunaan BNPL.

Tabel 5. Nilai R-Square

Variabel Endogen	R-Square	R-Square Adjusted
Perilaku Konsumtif	0,592	0,588

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan melihat arah koefisien jalur, nilai T-statistics, dan nilai p-value. Hasil pengujian memberi suatu petunjuk jika kedua hipotesis utama didukung. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif, pada koefisien jalur sebesar 0,376, nilai T-statistics 3,649, serta p-value 0,000. Self-control juga berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif, pada koefisien jalur sebesar 0,455, nilai T-statistics 4,865, serta p-value 0,000. Dibandingkan literasi keuangan, self-control mempunyai pengaruh langsung yang lebih besar terhadap perilaku konsumtif dalam model ini.

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	T-Statistics	P-Value	Keputusan
LK terhadap PK (H1)	0,376	3,649	0,000	Diterima
SC terhadap PK (H2)	0,455	4,865	0,000	Diterima

4.2 Pembahasan

Temuan pertama memberi suatu petunjuk jika literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif didalam penggunaan BNPL pada Generasi Z di Kota Cirebon. Hasil ini memperlihatkan jika pengetahuan keuangan tidak selalu berujung pada perilaku yang lebih hati-hati. Dalam konteks kredit digital, pemahaman mengenai fitur, biaya, mekanisme cicilan, dan konsekuensi keterlambatan justru bisa meningkatkan rasa percaya diri pengguna untuk memanfaatkan fasilitas BNPL

RESEARCH ARTICLE

secara lebih intensif. Dengan kata lain, pengetahuan finansial dapat berubah fungsi dari alat kontrol menjadi alat justifikasi ketika pengguna merasa sudah cukup paham untuk mengelola risiko transaksi. Temuan itu konsisten dengan studi Ani *et al.* (2023), yang memberi suatu petunjuk jika literasi keuangan mempunyai hubungan positif-signifikan dengan perilaku konsumtif pada penggunaan Shopee Paylater. Hasil ini juga sejalan dengan temuan Kumar *et al.* (2024) jika adopsi BNPL berasosiasi dengan peningkatan pengeluaran dan frekuensi pembelian online. Didalam perspektif behavioral finance, kondisi ini bisa dijelaskan melalui overconfidence dan mental accounting, yaitu ketika pengguna menilai dirinya mampu mengendalikan cicilan dan memisahkan limit BNPL dari pengeluaran tunai rutin. Akibatnya, keputusan konsumsi menjadi terasa lebih aman dan rasional, padahal secara perilaku justru mendorong peningkatan pembelian. Temuan kedua memberi suatu petunjuk jika self-control berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif. Secara teoritis, hasil ini memang tidak lazim karena self-control umumnya dipandang sebagai faktor yang menekan pembelian impulsif dan akumulasi hutang. Namun, dalam konteks BNPL, temuan ini masih bisa dijelaskan secara masuk akal apabila self-control yang diukur lebih merefleksikan keyakinan subjektif untuk mengendalikan perilaku daripada efektivitas pengendalian yang benar-benar terjadi. Pengguna yang merasa mempunyai kontrol diri tinggi bisa mengembangkan keyakinan jika mereka tetap mampu menahankan diri, hingga pada saat yang sama merasa aman untuk menggunakan paylater secara berulang. Penjelasan itu sejalan dengan mekanisme self-licensing pada konsumsi hedonik, yaitu kondisi ketika individu menggunakan alasan psikologis tertentu untuk membenarkan keputusan konsumsi. (Huberts *et al.*, 2014) memberi suatu petunjuk jika proses penalaran bisa mendahului pelanggaran mengendalikan diri, sementara Achtziger *et al.* (2015) menegaskan jika rendahnya kontrol diri berkaitan dengan hutang riil dan pembelian kompulsif. Pada demikian, hasil penelitian ini tidak meniadakan teori klasik tentang self-control, namun memberi suatu petunjuk jika pada ekosistem pembayaran digital, persepsi mampu mengendalikan diri dapat berubah menjadi justifikasi untuk tetap bertransaksi ketika sistem pembayaran membuat beban finansial terasa lebih ringan dan tertunda.

Secara simultan, nilai R-square sebesar 0,592 memberi suatu petunjuk jika literasi keuangan dan self-control bersamaan mempunyai kontribusi substansial dalam menjelaskan perilaku konsumtif. Hasil ini memperkuat kerangka Stimulus-Organism-Response (S-O-R), dimana stimulus berupa kemudahan BNPL tidak otomatis menghasilkan perilaku konsumtif yang sama pada setiap individu, melainkan diproses terlebih dahulu melalui kondisi internal pengguna. Didalam penelitian ini, kedua faktor internal itu terbukti berperan besar dalam membentuk respons konsumsi. Temuan ini juga sejalan dengan studi Juita *et al.* (2024) yang menempatkan faktor internal pengguna sebagai elemen penting dalam menjelaskan perilaku impulsif pada konteks BNPL di Indonesia. Secara teoretis, hasil penelitian ini memberi kontribusi pada pengembangan literatur perilaku konsumen digital dan behavioral finance. Penelitian ini memberi suatu petunjuk jika dalam konteks kredit digital, literasi keuangan dan self-control tidak selalu bekerja sebagai faktor protektif. Pada situasi tertentu, keduanya dapat bertransformasi menjadi pendorong konsumsi karena adanya ilusi kemampuan bayar, persepsi aman, dan pembenaran psikologis saat menggunakan fasilitas kredit instan. Temuan ini memperkaya diskusi jika variabel kognitif dan psikologis perlu dibaca secara kontekstual, terutama ketika berhadapan dengan produk keuangan yang dirancang untuk mengurangi pain of paying. Secara praktis, hasil penelitian ini mempunyai implikasi bagi Generasi Z, regulator, dan penyedia layanan BNPL. Bagi pengguna, edukasi keuangan perlu diperluas dari sekadar pengetahuan produk menuju kemampuan membaca bias perilaku dan mengelola dorongan konsumsi. Bagi regulator, program literasi keuangan perlu menekankan risiko psikologis dari penggunaan kredit digital, bukan hanya aspek teknis bunga, tenor, dan denda. Bagi penyedia layanan BNPL, hasil ini menunjukkan pentingnya pendekatan responsible lending, misalnya melalui notifikasi pengeluaran, peringatan frekuensi transaksi, atau fitur evaluasi kemampuan bayar yang lebih adaptif. Penelitian ini tetap mempunyai keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada Generasi Z di Kota Cirebon hingga generalisasi ke wilayah lain perlu dilakukan secara hati-hati. Kedua, model penelitian hanya memasukkan dua prediktor utama, sementara 40,8% variasi perilaku konsumtif masih diberi penjelasan pada faktor lain yang tidak dimasukkan ke model. Ketiga, penggunaan kuesioner tertutup berbasis self-report akan mungkin munculnya bias persepsi, terutama pada konstruk self-control yang sangat

RESEARCH ARTICLE

bergantung pada penilaian subjektif responden. Maka dari itu, penelitian lanjutan disarankan untuk memberi perluasan lokasi penelitian, menambah variabel contohnya gaya hidup hedonis, peer pressure, fear of missing out, atau financial stress, serta mempertimbangkan desain mixed methods untuk memperdalam penjelasan psikologis penggunaan BNPL.

5. Kesimpulan

Penelitian ini memberi suatu petunjuk jika literasi keuangan dan *self-control* berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif didalam penggunaan BNPL pada Generasi Z di Kota Cirebon. Temuan ini menegaskan jika dalam konteks kredit digital, pengetahuan keuangan dan persepsi mengendalikan diri tidak selalu menekan konsumsi, namun dalam kondisi tertentu justru bisa mendorong keyakinan untuk tetap bertransaksi. Selain itu, kedua variabel secara bersamaan bisa memberi penjelasan 59,2% variasi perilaku konsumtif. Hasil ini memberi suatu petunjuk jika perilaku konsumsi pada penggunaan BNPL tidak hanya diberi pengaruh pada kemudahan layanan, namun juga oleh faktor kognitif dan psikologis pengguna. Implikasinya, edukasi keuangan perlu diarahkan tidak hanya pada pemahaman produk, namun juga pada kesadaran perilaku konsumsi dan pengendalian impuls didalam penggunaan kredit digital. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas lokasi penelitian dan menambah variabel lain agar model penjelasan menjadi lebih komprehensif.

6. Referensi

- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., & Raab, G. (2015). Debt out of control: The links between self-control, compulsive buying, and real debts. *Journal of Economic Psychology*, 49, 141–149. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.04.003>.
- Al'Hafiz, A., & Ramadhani, A. A. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan mengendalikan diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di kota Depok. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(6), 764–770. <https://doi.org/10.32493/drj.v7i6.43686>.
- Ani, H. N., Belinda, P., Mahmudah, A., & Indira, I. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dan locus of control pada penggunaan Shopee Paylater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 509–516. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1082>.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Donovan, R. J., Rossiter, J. R., Marcolyn, G., & Nesdale, A. (1994). Store atmosphere and purchasing behavior. *Journal of Retailing*, 70(3), 283–294. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90037-X](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90037-X).
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382–388. <https://doi.org/10.2307/3150980>.
- Hair Jr., J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.

RESEARCH ARTICLE

- Hair, J. F., & Alamer, A. (2022). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>.
- Huberts, J. de W., Evers, C., & de Ridder, D. T. D. (2014). Thinking before sinning: Reasoning processes in hedonic consumption. *Frontiers in Psychology*, 5, 1268. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.01268>.
- Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2024). Dataset on online impulsive buying behavior of buy now pay later users and non-buy now pay later users in Indonesia using the stimulus-organism-response model. *Data in Brief*, 54, 110500. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2024.110500>.
- Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261. <https://doi.org/10.1111/isj.12131>.
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers' online purchase behavior. *Journal of Retailing*, 100(4), 602–617. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.09.004>.
- Maesen, S., & Ang, D. (2025). Buy now, pay later: Impact of installment payments on customer purchases. *Journal of Marketing*, 89(3), 13–35. <https://doi.org/10.1177/00222429241282414>.
- Mariyani, K., & Risanta, M. (2025). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan Shopee Paylater pada generasi Z di Banjarmasin. *ECo-Fin*, 7(2), 1169–1180. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2529>.
- Nusir, O. M., Aniza, C., Wel, C., Ngayesah, S., Hamid, A., Al-zoubi, L., & Al-adwan, A. S. (2026). The psychology of BNPL: A systematic review of impulsive buying and post-purchase regret (2018–2025). *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 21(2), 1–29. <https://doi.org/10.3390/jtaer21020043>.
- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh literasi keuangan dan mengendalikan diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(1), 24–34. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11035>.
- Wahyuni, E. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif generasi Z mahasiswa di Mataram. *Jurnal Aplikasi Perpajakan*, 6(1), 395–407. <https://doi.org/10.29303/jap.v6i1.141>.