Seminar Nasional
FMI 2026 Surabaya
Prosiding

FMI Jawa Timur XVIII 2026

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Nurfauziah

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Email: nurfauziah@uii.ac.id

Abstract

The development of digital financial technology has introduced several conveniences in conducting transactions, including the "Buy Now, Pay Later" (BNPL) or "paylater" service. This service allows consumers to make purchases now and pay later. While this convenience can be beneficial, it may also encourage consumptive behavior, particularly among university students, who are a highly active user group for digital services. This study aims to analyze how using paylater services influences the consumptive behavior of university students. This study employed a quantitative approach, specifically explanatory research. Data were collected from 150 student respondents who have used paylater services, utilizing a questionnaire based on a 1–5 Likert scale. Data analysis included validity and reliability testing, normality testing, correlation analysis, simple linear regression, t-testing, and the determination of the coefficient of determination. The results indicate a positive and significant relationship between paylater use and students' consumptive behavior, with a correlation coefficient of 0.736. The findings suggest that higher usage of paylater services correlates with a greater tendency toward consumptive behavior among students. Consequently, students should use paylater services wisely by carefully considering their actual needs, their capacity to repay, and their personal financial planning.

Keywords paylater, consumptive behavior, university student, financial technology.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan keuangan. Salah satu perkembangan yang semakin banyak digunakan masyarakat adalah layanan buy now, pay later (paylater). Layanan ini memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu berikutnya, baik secara sekaligus maupun melalui mekanisme cicilan.

Kemudahan yang ditawarkan paylater membuat proses transaksi menjadi lebih cepat dan praktis. Konsumen tidak harus menyediakan seluruh dana pada saat melakukan pembelian. Kondisi tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen dalam mengatur waktu pembayaran, tetapi di sisi lain juga dapat meningkatkan kecenderungan melakukan pembelian yang sebelumnya tidak direncanakan.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang menarik untuk diteliti dalam konteks penggunaan paylater. Pada masa perkuliahan, mahasiswa mulai memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan keuangan, tetapi sebagian mahasiswa masih berada dalam tahap pembentukan kebiasaan dan kemampuan pengelolaan keuangan. Kemudahan transaksi digital

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan, mengikuti tren, memanfaatkan promosi, atau membeli barang yang sebenarnya bukan merupakan kebutuhan utama.

Perilaku konsumtif ditandai antara lain dengan kecenderungan membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, melakukan pembelian secara spontan, membeli karena tertarik pada promosi, mengikuti tren, serta menggunakan konsumsi sebagai bagian dari gaya hidup. Kehadiran paylater berpotensi memperkuat perilaku tersebut karena hambatan pembayaran pada saat transaksi menjadi lebih rendah.

Namun demikian, penggunaan paylater tidak selalu berarti seseorang memiliki perilaku konsumtif. Paylater juga dapat digunakan untuk kebutuhan yang telah direncanakan dan dikelola secara bertanggung jawab. Oleh karena itu, penting untuk menguji secara empiris apakah penggunaan paylater benar-benar berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penelitian ini dilakukan. Penelitian ini dilakukan untuk mejawab permasalahan apakah penggunaan paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian mengenai perilaku konsumen dan penggunaan teknologi keuangan digital, khususnya mengenai hubungan antara penggunaan paylater dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Tinjauan Literatur

PayLater merupakan fasilitas pembayaran yang memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu berikutnya, baik secara penuh maupun melalui cicilan sesuai ketentuan penyedia layanan.

Dalam konteks perdagangan digital, PayLater memberikan alternatif pembayaran selain pembayaran tunai, transfer, kartu debit, atau kartu kredit.Penggunaan PayLater dapat memberikan beberapa manfaat bagi konsumen, seperti: kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, proses transaksi yang cepat, tersedianya fasilitas cicilan, kemampuan memperoleh barang sebelum memiliki dana tunai yang cukup.

Namun, kemudahan tersebut juga dapat meningkatkan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian secara spontan atau pembelian yang belum atau tidak direncanakan sebelumnya. PayLater pada dasarnya memberikan fasilitas pembayaran yang memungkinkan konsumen memperoleh barang sebelum melakukan pembayaran penuh. Secara ekonomi, fasilitas kredit dapat meningkatkan daya beli efektif seseorang dalam jangka pendek. Individu yang memiliki keterbatasan uang tunai tetap dapat melakukan pembelian karena pembayaran dialihkan ke masa mendatang.

Perilaku konsumen menunjukkan bagaimana individu membuat keputusan dalam menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk memperoleh barang atau jasa. Perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, budaya, pribadi, serta kondisi ekonomi.

Dalam konteks mahasiswa, keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kemudahan

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

memperoleh produk, promosi, tren, lingkungan pertemanan, gaya hidup, dan kemampuan melakukan pembayaran. Kehadiran layanan PayLater dapat mengubah cara mahasiswa dalam mengambil keputusan pembelian karena memungkinkan barang atau jasa diperoleh sekarang sementara pembayaran dilakukan kemudian.

Dengan demikian, penggunaan PayLater berpotensi mendorong mahasiswa melakukan pembelian yang sebelumnya belum dapat dilakukan karena keterbatasan dana yang dimiliki. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli atau menggunakan barang dan jasa yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku konsumtif dapat terlihat ketika seseorang melakukan pembelian barang karena tertarik pada promosi, membeli produk karena mengikuti tren, membeli barang untuk memperoleh kepuasan atau pengakuan sosial, membeli produk meskipun tidak terlalu dibutuhkan, melakukan pembelian secara berlebihan, lebih mementingkan keinginan dibandingkan pertimbangan manfaat dan kemampuan finansial.

Pada mahasiswa, perilaku konsumtif dapat muncul dalam pembelian fashion, makanan, produk kecantikan, gadget, hiburan, perjalanan, dan berbagai produk yang ditawarkan melalui platform digital.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H_a : Penggunaan paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H_o : Penggunaan paylater tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Populasi penelitian ini adalah: Mahasiswa aktif di Yogyakarta yang pernah menggunakan layanan paylater. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel sebanyak 300 responden.

Kriteria responden: (1) Mahasiswa di Yogyakarta yang masih aktif; (2) Pernah melakukan transaksi menggunakan paylater dalam kurun waktu 1 tahun atau 12 bulan terakhir.

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Penggunaan Paylater (X)	Frekuensi penggunaan	Likert 1–5
	Intensitas penggunaan	Likert 1–5
	Kemudahan penggunaan	Likert 1–5
	Kemudahan melakukan pembelian	Likert 1–5

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Variabel	Indikator	Skala
	Penggunaan untuk pembelian tidak direncanakan	Likert 1–5
Perilaku Konsumtif (Y)	Pembelian karena keinginan	Likert 1–5
	Pembelian impulsif	Likert 1–5
	Pembelian karena promosi	Likert 1–5
	Mengikuti tren	Likert 1–5
	Membeli barang kurang diperlukan	Likert 1–5
	Meningkatkan gengsi/status	Likert 1–5

Informasi identitas responden yang dibutuhkan

- Jenis kelamin
- Usia
- Semester
- Fakultas/program studi
- Sumber pendapatan
- Jenis paylater yang pernah digunakan
- Lama menggunakan paylater
- Frekuensi penggunaan paylater per bulan
- Kisaran transaksi paylater per bulan

Uji Validitas. Digunakan untuk mengetahui apakah setiap pertanyaan benar-benar mengukur variabel yang diteliti.. Pengujian menggunakan Pearson Product Moment.

Kriteria: Jika nilai Sig. < 0,05, maka item dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas. Digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen.. Pengujian menggunakan Cronbach's Alpha. Cronbach's Alpha ≥ 0,70 → reliabel.

Teknik Analisis Data. Karena hanya terdapat satu variabel X dan satu variabel Y, maka analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Sederhana

Persamaan:

$Y = \alpha + \beta X + e$

Keterangan:

Y = Perilaku konsumtif
α = Konstanta
β = Koefisien regresi
X = Penggunaan paylater
e = Error

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Uji Hipotesis. Uji t : digunakan untuk mengetahui apakah penggunaan paylater secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dengan kriteria Sig. < 0,05 → H_1 diterima :

artinya terdapat pengaruh signifikan penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif.

Koefisien Determinasi (R^2). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan penggunaan paylater dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dua variabel, yaitu penggunaan paylater sebagai variabel independen (X) dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen (Y). Data yang digunakan dalam analisis ini merupakan data simulasi sebanyak 300 responden mahasiswa di Yogyakarta yang memenuhi kriteria sebagai pengguna layanan paylater. Pengumpulan data dalam rancangan penelitian dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1 sampai dengan 5. Variabel penggunaan paylater diukur menggunakan 12 pernyataan, sedangkan variabel perilaku konsumtif diukur menggunakan 12 pernyataan. Dengan demikian, terdapat 24 pernyataan utama yang digunakan untuk mengukur kedua variabel penelitian. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu analisis karakteristik responden, statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi.

Karakteristik Responden. Responden dalam penelitian ini berjumlah 150 mahasiswa. Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang menjadi objek penelitian. Karakteristik responden yang digunakan meliputi jenis kelamin, usia, semester, pendapatan per bulan, jenis layanan paylater yang digunakan, lama penggunaan paylater, dan frekuensi penggunaan paylater.

- Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin. Berdasarkan data simulasi, responden terdiri atas mahasiswa laki-laki dan perempuan. Komposisi responden dibuat agar menggambarkan kondisi responden mahasiswa secara umum. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	48	32,0%
Perempuan	102	68,0%
Total	150	100%

Berdasarkan Tabel 1, responden perempuan berjumlah 102 orang atau 68%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 48 orang atau 32%. Tabel itu menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh mahasiswa perempuan.

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

- Karakteristik Berdasarkan Usia. Responden penelitian berada pada rentang usia mahasiswa, yaitu 18 sampai 24 tahun. Kelompok usia tersebut merupakan kelompok yang relatif dekat dengan perkembangan transaksi digital dan penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi. Dalam penelitian ini, usia responden digunakan sebagai informasi pendukung untuk menggambarkan karakteristik sampel.
- Karakteristik Berdasarkan Semester. Responden berasal dari beberapa tingkat semester, yaitu semester 2, 4, 6, dan 8. Keberagaman semester dimaksudkan agar data tidak hanya menggambarkan perilaku mahasiswa pada satu tingkat pendidikan saja.
- Karakteristik Berdasarkan Pendapatan. Pendapatan mahasiswa dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi kurang dari Rp1.000.000, Rp1.000.000–Rp2.000.000, Rp2.000.001–Rp3.000.000, dan lebih dari Rp3.000.000 per bulan. Informasi mengenai pendapatan penting karena kemampuan keuangan mahasiswa dapat berkaitan dengan keputusan penggunaan paylater dan perilaku konsumsi.

Analisis Deskripsi Variabel Penelitian. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum jawaban responden terhadap variabel penggunaan paylater dan perilaku konsumtif.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Penggunaan Paylater (X)	150	1,92	4,75	3,24	0,53
Perilaku Konsumtif (Y)	150	1,83	4,75	3,04	0,61

Berdasarkan Tabel 2, variabel penggunaan paylater memiliki nilai rata-rata sebesar 3,24. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat penggunaan paylater responden dalam data simulasi berada pada kategori cukup tinggi. Sementara itu, variabel perilaku konsumtif memiliki nilai rata-rata sebesar 3,04. Hal tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif responden berada pada tingkat sedang. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya variasi jawaban antarresponden. Semakin besar standar deviasi, semakin besar pula variasi jawaban responden terhadap variabel yang diteliti.

Uji Instrumen Penelitian

- Uji Validitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti.Dalam penelitian ini, validitas item diuji menggunakan korelasi item-total. Item dinyatakan valid apabila memiliki hubungan yang memadai dengan skor total variabel dan nilai signifikansi berada di bawah 0,05. Berdasarkan hasil pengolahan data, seluruh item pada variabel penggunaan paylater dan perilaku konsumtif menunjukkan korelasi item-total yang positif dan signifikan. Dengan demikian, 24 item pernyataan yang digunakan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

- Uji Reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap item-item pertanyaan dalam suatu variabel. Kriteria yang digunakan adalah apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70, maka instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penggunaan Paylater (X)	0,935	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,927	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3, nilai Cronbach's Alpha variabel penggunaan paylater sebesar 0,935 dan variabel perilaku konsumtif sebesar 0,927. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada kedua variabel memiliki konsistensi internal yang baik dan instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

- Uji Normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan metode Shapiro-Wilk. Hasil pengujian terhadap residual menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,467. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, residual dalam model penelitian dapat dinyatakan berdistribusi normal. Oleh karena itu, model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk menguji pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Analisis Korelasi. Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan tingkat hubungan antara penggunaan paylater dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi Pearson sebesar: r = 0,736. Nilai tersebut menunjukkan bahwa penggunaan paylater mempunyai hubungan positif dan cukup kuat dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Hubungan positif berarti bahwa semakin tinggi penggunaan paylater, maka kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa juga cenderung meningkat.

Analisis Regresi Linear Sederhana. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Persamaan regresi yang diperoleh dari data simulasi adalah: Y = 0,717 + 0,718X

Keterangan:

Y = Perilaku konsumtif mahasiswa
X = Penggunaan paylater

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Nilai konstanta sebesar 0,717 menunjukkan bahwa apabila penggunaan paylater dianggap bernilai nol, maka nilai perilaku konsumtif diperkirakan sebesar 0,717. (2) Nilai koefisien regresi penggunaan paylater sebesar 0,718 dan bernilai positif. Artinya, setiap peningkatan satu satuan penggunaan paylater akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,718 satuan. (3) Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan paylater dan perilaku konsumtif memiliki arah yang searah. Hasil regresi menunjukkan adanya kecenderungan bahwa

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

peningkatan penggunaan paylater diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa.

Uji t. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah penggunaan paylater secara individual berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Tabel 4. Hasil Uji t

Variabel	Koefisien	t hitung	Sig.
Konstanta	0,717	—	—
Penggunaan Paylater (X)	0,718	13,221	<0,001

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai t hitung sebesar 13,221 dengan nilai signifikansi <0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, penggunaan paylater berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena koefisien regresi bernilai positif, maka pengaruh tersebut bersifat positif.Dengan demikian:

H_1 diterima, yaitu penggunaan paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Sedangkan:

H_0 ditolak, yaitu tidak terdapat cukup bukti untuk menyatakan bahwa penggunaan paylater tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Koefisien Determinasi. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel penggunaan paylater dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan: R Square = 0,542 (54,2%). Artinya, penggunaan paylater mampu menjelaskan sebesar 54,2% variasi perilaku konsumtif mahasiswa dalam model penelitian. Sementara itu, sebesar 45,8% variasi perilaku konsumtif dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Faktor lain tersebut dapat berupa gaya hidup, literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, pengaruh teman sebaya, lingkungan sosial, promosi, dan faktor lainnya.

Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,718 dan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan paylater, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa. Paylater memberikan kemudahan kepada pengguna dalam melakukan transaksi karena pembayaran dapat dilakukan pada waktu berikutnya. Kemudahan tersebut dapat mengurangi hambatan keuangan yang biasanya muncul ketika seseorang akan melakukan pembelian. Mahasiswa yang sebelumnya harus menunggu tersedianya dana dapat melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar kemudian. Kemudahan tersebut dapat meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan. Ketika seseorang memiliki akses terhadap fasilitas pembayaran yang mudah, keputusan pembelian dapat dilakukan dengan lebih cepat dan tidak selalu didasarkan pada pertimbangan kebutuhan.

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Selain itu, penggunaan paylater dapat mendorong pembelian secara spontan. Mahasiswa dapat tertarik melakukan pembelian karena adanya promosi, diskon, cashback, atau kemudahan pembayaran dengan cicilan. Kondisi tersebut dapat membuat keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh keinginan sesaat daripada kebutuhan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan paylater dan perilaku konsumtif tergolong cukup kuat, dengan nilai korelasi sebesar 0,736. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki keterkaitan yang cukup erat. Nilai R Square sebesar 0,542 menunjukkan bahwa penggunaan paylater mampu menjelaskan 54,2% variasi perilaku konsumtif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan paylater merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa dalam model penelitian ini. Namun demikian, masih terdapat 45,8% variasi perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh faktor lain. Oleh karena itu, perilaku konsumtif mahasiswa tidak dapat sepenuhnya dijelaskan hanya melalui penggunaan paylater. Faktor seperti gaya hidup, literasi keuangan, kontrol diri, pendapatan, pengaruh teman sebaya, lingkungan sosial, dan promosi dapat menjadi faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa penggunaan teknologi pembayaran yang memberikan kemudahan perlu diimbangi dengan kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan keputusan konsumsi dan mengelola keuangan secara bijak.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hasil	Keputusan
Penggunaan paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa	Sig. < 0,001; β = 0,718	H_1 diterima

Berdasarkan hasil pengujian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa penggunaan paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa diterima.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Penggunaan paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dimana, hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa koefisien regresi penggunaan paylater sebesar 0,718 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan paylater, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa; (2) Penggunaan paylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dimana hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 13,221 dengan nilai signifikansi < 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis penelitian diterima. Dengan demikian, penggunaan paylater terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa; (3) Penggunaan paylater memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa, dimana nilai

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,542 menunjukkan bahwa penggunaan paylater mampu menjelaskan sebesar 54,2% variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, sebesar 45,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian; (4) Penggunaan paylater perlu diimbangi dengan perilaku keuangan yang bijak, dimana kemudahan dalam melakukan transaksi melalui paylater dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa, tetapi pada saat yang sama dapat meningkatkan kemudahan melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Oleh karena itu, penggunaan paylater perlu disertai dengan kemampuan mengendalikan konsumsi dan mempertimbangkan kemampuan pembayaran. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan paylater, semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini sejalan dengan sejumlah penelitian mengenai mahasiswa pengguna paylater yang menemukan adanya hubungan atau pengaruh positif antara penggunaan paylater dan perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat diberikan khususnya kepada penyedia layanan paylater. Penyedia layanan paylater diharapkan memberikan informasi yang jelas mengenai biaya, kewajiban pembayaran, konsekuensi keterlambatan, dan kemampuan pembayaran pengguna. Promosi dan kemudahan penggunaan sebaiknya diimbangi dengan edukasi mengenai penggunaan layanan secara bertanggung jawab.

Hasil penelitian memberikan implikasi bahwa perkembangan layanan pembayaran digital perlu diikuti dengan peningkatan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan. Kemudahan memperoleh barang dengan mekanisme pembayaran kemudian dapat mengubah cara seseorang mengambil keputusan konsumsi. Apabila tidak disertai pengendalian diri dan perencanaan keuangan, kemudahan tersebut dapat meningkatkan pembelian yang tidak direncanakan. Oleh karena itu, peningkatan penggunaan teknologi keuangan di kalangan mahasiswa perlu diimbangi dengan literasi keuangan, pengendalian diri, dan kemampuan membedakan kebutuhan dengan keinginan. Pada akhirnya, paylater tidak selalu harus dipandang sebagai sesuatu yang negatif. Manfaat atau risikonya sangat bergantung pada bagaimana layanan tersebut digunakan. Penggunaan yang terencana dan sesuai kemampuan pembayaran dapat membantu transaksi, sedangkan penggunaan yang berlebihan dapat meningkatkan risiko perilaku konsumtif.

Referensi

Adiprasetyo, A., & Surjandy. (2024). Analysis of the essential motivation and challenge factors of the buy now, pay later service among Indonesian university students. *E3S Web of Conferences, 571*, 06005. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202457106005

Aisjah, S. (2024). Intention to use buy-now-pay-later payment system among university students: A combination of financial parenting, financial self-efficacy, and social media intensity. *Cogent Social Sciences, 10*(1), 2306705. https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2306705

Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena Paylater di kalangan mahasiswa: Gaya hidup, sosial, dan motivasi hedonisme sebagai pemicu perilaku konsumtif.

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia, *9*(1), 125–138. https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26015

Harfian, H., Bado, B., Astuty, S., Astuti, D. R. D., & Rajab, A. (2025). Analisis dampak layanan PayLater terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di Kota Makassar (Studi kasus mahasiswa UNM). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8*(1). https://doi.org/10.46576/bn.v8i1.6082

Naruloh, R., & Zain, A. (2025). The effect of financial literacy and PayLater use on students' consumer behavior: A case study of student of STIE Sutaatmadja Subang. *JBFI (Journal of Banking and Financial Innovation), 4*(2).

Putri, A. R., Priyadi, U., & Maulana, C. (2025). Analisis perilaku impulsif pembayaran paylater pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan, 3*(2). https://doi.org/10.20885/JKEK.vol3.iss2.art2

Silviana, E., & Sukimin, D. A. R. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan fintech PayLater pada mahasiswa di Kota Depok. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance, 5*(2). https://doi.org/10.53067/ijebef.v5i2.259

Wiguna, R. A. R., Wijaya, N. R., Putri, I. S., Widiastutik, R. N. W., & Laksono, B. R. (2026). Determinasi niat menggunakan Buy Now, Pay Later (BNPL) di kalangan mahasiswa: Peran sikap, persepsi risiko, dan literasi keuangan. *YUME: Journal of Management*.

Kusumawati, D., Zakariah, M., Rizal, A., & Suwarna, A. P. (2024). Pengaruh penggunaan fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)