Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)
Volume : 06 | Nomor 01 | Maret 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n1.8029

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan FOMO Terhadap Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa

Penulis:
Muh. Khaerul Hafiz[1]
Novi Yanti Sandra Dewi[2]
Nur Aini[3]

Afiliasi:
Universitas Of Muhammadiyah Mataram[1,2,3]

Korespondensi:
Noviyanti.sandradewi @gmail.com

Histori Naskah:
Submit: 17-02-2026
Accepted: 19-02-2026
Published: 01-03-2026

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Paylater serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, penelitian ini melibatkan 102 responden yang dipilih melalui teknik random sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner Likert dan dianalisis melalui regresi linear berganda. Hasil deskriptif menunjukkan rata-rata literasi keuangan sebesar 80,41; gaya hidup konsumtif 77,58; FOMO 77,90; dan minat penggunaan Paylater 76,47. Secara simultan ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Paylater (F = 9,553; Sig. 0,000), dengan nilai R Square sebesar 0,226. Secara parsial, literasi keuangan (Sig. 0,045) dan FOMO (Sig. 0,007) berpengaruh signifikan, sedangkan gaya hidup konsumtif belum signifikan (Sig. 0,054). Temuan ini menegaskan bahwa FOMO merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat penggunaan Paylater.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, Fear Of Missing Out (FOMO), Layanan Paylater.

Pendahuluan

Minat mahasiswa terhadap penggunaan layanan *Paylater* mencerminkan kecenderungan perilaku dan psikologis individu dalam memanfaatkan fasilitas pembayaran secara tertunda yang disediakan oleh berbagai platform keuangan digital. Fenomena ini semakin menonjol seiring dengan berkembangnya digitalisasi sektor keuangan dan kemudahan akses terhadap layanan *financial technology* (*fintech*) yang memungkinkan transaksi instan tanpa memerlukan kartu kredit (Muslimah et al., 2024). Bagi kalangan mahasiswa, *Paylater* sering dianggap sebagai alternatif pembiayaan yang praktis untuk memenuhi kebutuhan akademik maupun gaya hidup konsumtif, seperti pembelian perlengkapan kuliah, pakaian, atau kebutuhan hiburan. Namun, dorongan untuk menggunakan layanan ini tidak hanya bersumber dari kebutuhan fungsional semata, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis seperti tekanan lingkungan, gaya hidup konsumtif, serta fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang menstimulasi perilaku konsumsi impulsive (Nailah et al., 2023). Rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa turut memperkuat kecenderungan tersebut, karena kurangnya pemahaman terhadap risiko finansial jangka panjang dapat menimbulkan permasalahan seperti penumpukan utang, ketergantungan pada layanan kredit digital, serta lemahnya kemampuan dalam mengelola keuangan secara bertanggung jawab (Chaniago, 2024).

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami serta mengelola aspek-aspek keuangan secara efektif dan bertanggung jawab guna mencapai kesejahteraan

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 01 | Maret 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n1.8029

ekonomi yang berkelanjutan. Konsep ini mencakup pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar pengelolaan keuangan, seperti perencanaan pendapatan, pengendalian pengeluaran, pengelolaan utang, investasi, serta perencanaan masa depan (Rizqiyah, 2025). Selain itu, literasi keuangan juga mencerminkan sikap dan perilaku individu dalam mengambil keputusan finansial yang rasional, bijaksana, dan sesuai dengan kemampuan ekonomi yang dimiliki (Ismanto et al., 2020). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, memanfaatkan layanan keuangan formal secara tepat, serta menyiapkan perlindungan finansial untuk menghadapi risiko di masa depan (Rahmawati et al., 2025). Dalam tataran yang lebih luas, literasi keuangan berperan penting dalam memperkuat inklusi keuangan dan stabilitas ekonomi masyarakat, karena pengetahuan dan perilaku keuangan yang baik mendorong terciptanya sistem keuangan yang sehat, transparan, serta berdaya saing tinggi di tingkat nasional (Muslim et al., 2025) .

Selain aspek pemahaman finansial, faktor gaya hidup konsumtif serta fenomena FOMO (Fear of Missing Out) turut menjadi variabel penting dalam menjelaskan kecenderungan mahasiswa terhadap penggunaan layanan Paylater (Tholib, 2022). Gaya hidup konsumtif menggambarkan pola perilaku individu yang didorong oleh keinginan untuk memperoleh kepuasan sesaat dan mengikuti tren sosial tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang rasional (Satrio et al., 2024). Mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif cenderung memanfaatkan layanan Paylater bukan untuk memenuhi kebutuhan pokok, melainkan demi pemenuhan keinginan serta mempertahankan citra sosial. Sementara itu, fenomena FOMO sebagaimana dijelaskan oleh Darmawan (2025) merupakan perasaan takut tertinggal dari pengalaman sosial yang dialami orang lain, sehingga menimbulkan dorongan kuat untuk ikut serta dalam berbagai aktivitas yang sedang populer. Hasil penelitian Aisyah (2024) juga menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan keuangan digital. Dalam konteks mahasiswa Lombok, gejala FOMO kerap muncul akibat intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, di mana individu terdorong untuk membeli produk tertentu agar tidak tertinggal secara sosial. Dengan demikian, kedua faktor tersebut menunjukkan bahwa aspek psikologis dan gaya hidup memiliki kontribusi yang signifikan terhadap meningkatnya minat mahasiswa dalam memanfaatkan layanan Paylater (Hermawan, 2025).

Beragam penelitian sebelumnya telah menelusuri keterkaitan antara literasi keuangan dengan minat individu dalam menggunakan layanan keuangan digital, termasuk fitur Paylater (Rizqiyah, 2025). Armawati (2025) menyatakan bahwa rendahnya tingkat literasi keuangan pada mahasiswa berdampak pada kemampuan pengambilan keputusan finansial yang kurang tepat, khususnya dalam penggunaan fasilitas kredit berbasis teknologi. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih berhati-hati serta rasional dalam memanfaatkan layanan Paylater karena memiliki pemahaman yang baik mengenai konsekuensi finansial seperti bunga, denda, dan risiko keterlambatan pembayaran (Suhartini, 2023). Pandangan ini sejalan dengan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat mendorong terbentuknya perilaku konsumsi yang lebih bijaksana, sehingga minat terhadap penggunaan Paylater menjadi lebih selektif dan berorientasi pada kebutuhan yang nyata, bukan semata-mata didorong oleh faktor emosional (Adetia, 2025).

Gaya hidup konsumtif diketahui memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat mahasiswa dalam memanfaatkan layanan Paylater (Mirati, 2022). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024) terhadap 1.200 mahasiswa di berbagai perguruan tinggi di Indonesia, sebanyak 69,4% responden mengaku menggunakan layanan Paylater untuk memenuhi kebutuhan non-prioritas**, s**eperti pakaian, makanan cepat saji, dan

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 01 | Maret 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n1.8029

hiburan daring. Penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat gaya hidup konsumtif tinggi memiliki kemungkinan 2,1 kali lebih besar menggunakan Paylater dibandingkan mahasiswa dengan gaya hidup sederhana. Layanan Paylater menjadi fasilitas yang memperkuat perilaku konsumtif karena memberikan kemudahan transaksi tanpa kewajiban pembayaran langsung (Cindhy, 2025). Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Sumaga (2023) yang menjelaskan bahwa sekitar 63% mahasiswa pengguna aktif Paylater melakukan transaksi lebih dari tiga kali dalam sebulan**,** dan 47% di antaranya mengaku mengalami kesulitan dalam melunasi tagihan tepat waktu. Data tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi oleh faktor sosial serta eksposur terhadap media digital dapat meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi secara berlebihan, tanpa memperhitungkan kemampuan finansial maupun dampak jangka panjang terhadap kestabilan ekonomi pribadi.

Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) merupakan salah satu faktor penting yang turut memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Paylater. Hasil penelitian Muntafi (2024) mengungkapkan bahwa individu dengan tingkat FOMO yang tinggi cenderung terdorong melakukan pembelian secara impulsif demi mengikuti tren yang sedang berkembang di media sosial. Rasa takut tertinggal dari lingkungan sosial tersebut menimbulkan tekanan psikologis yang mendorong seseorang untuk memiliki atau mencoba produk yang tengah diminati banyak orang (Utami, 2025). Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Asmarani (2024) yang menunjukkan bahwa FOMO berperan dalam meningkatkan intensi penggunaan layanan Paylater di kalangan mahasiswa, karena dianggap sebagai cara cepat untuk memperoleh pengalaman konsumsi yang serupa dengan orang di sekitarnya. Oleh sebab itu, fenomena FOMO, bersama dengan gaya hidup konsumtif dan rendahnya tingkat literasi keuangan, membentuk kecenderungan perilaku finansial yang tidak seimbang dan berpotensi menimbulkan masalah dalam pengelolaan keuangan mahasiswa.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan fenomena FOMO terhadap minat penggunaan layanan keuangan digital, namun sebagian besar masih berfokus pada konteks yang bersifat umum dan belum meneliti secara mendalam perilaku mahasiswa di wilayah dengan karakteristik sosial ekonomi yang berbeda, seperti Lombok. Sebagian besar studi sebelumnya juga menelaah ketiga variabel tersebut secara terpisah, tanpa mengkaji hubungan ketiganya secara bersamaan dalam memengaruhi minat terhadap penggunaan layanan Paylater yang kini kian marak di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini menghadirkan unsur kebaruan (novelty) melalui penggabungan variabel literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO dalam satu kerangka analisis yang secara khusus difokuskan pada mahasiswa di Lombok sebagai kelompok generasi muda yang aktif memanfaatkan layanan keuangan digital. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Paylater, serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan di antara ketiganya. Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah mengenai perilaku keuangan mahasiswa di era digital, sementara secara praktis dapat menjadi referensi bagi lembaga pendidikan, otoritas keuangan, dan penyedia layanan fintech dalam merancang program literasi keuangan dan kebijakan yang mendorong penggunaan layanan keuangan digital secara lebih bijak, sehat, dan berkelanjutan.

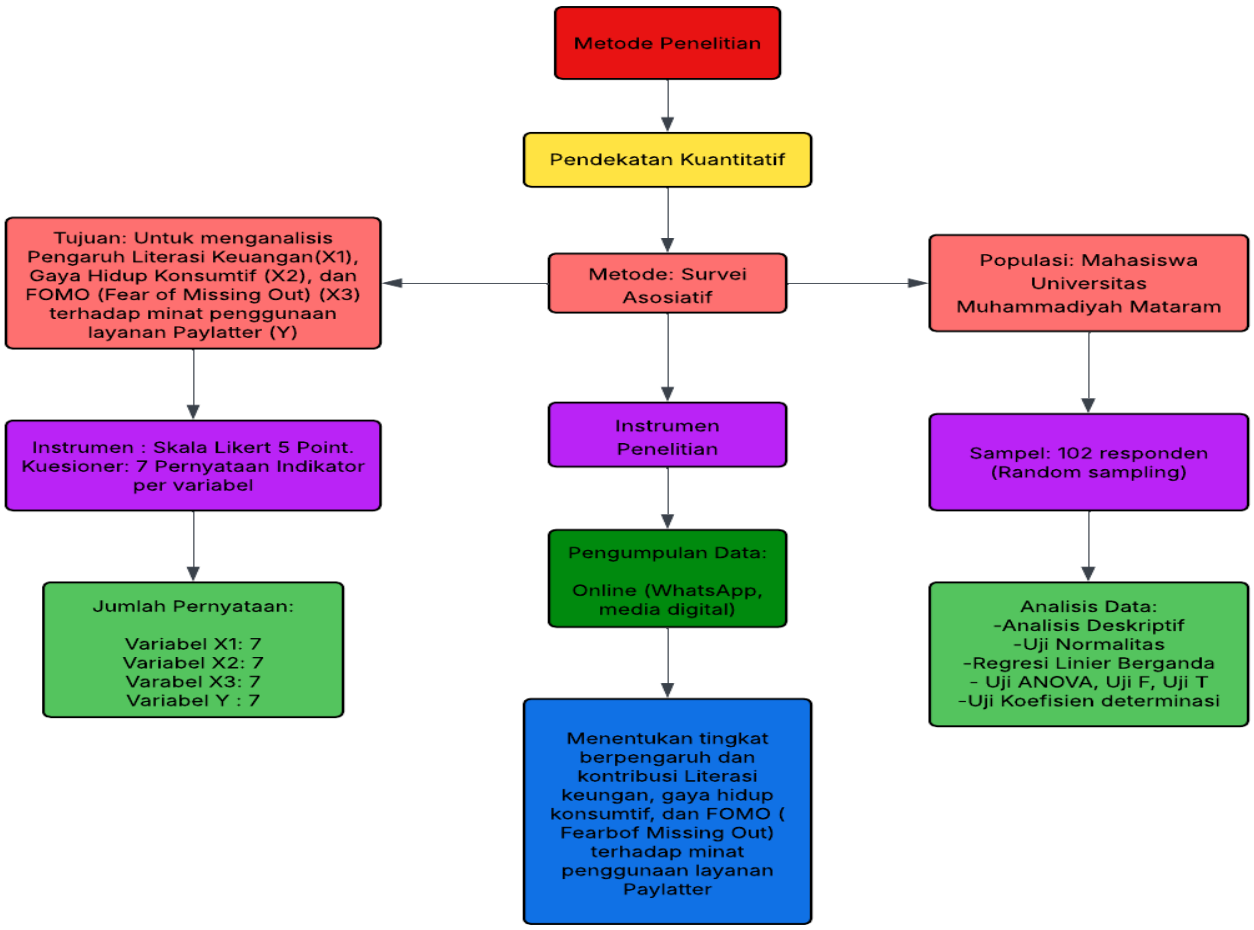
This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 01 | Maret 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n1.8029

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO terhadap minat penggunaan layanan Paylater di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Mataram. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram yang telah mengetahui atau pernah menggunakan layanan Paylater sebagai alternatif fasilitas keuangan digital. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik random sampling dengan kriteria responden merupakan mahasiswa aktif minimal semester 1 sampai semester 8 dan bersedia mengisi kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 102 orang. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin untuk memperoleh data yang terukur dan objektif. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui aplikasi WhatsApp dengan metode distribusi berantai guna memperluas jangkauan responden antar perguruan tinggi. Kuesioner penelitian terdiri atas empat variabel utama, yaitu literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, FOMO, dan minat penggunaan Paylater yang masing-masing diukur melalui delapan pernyataan indikator. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS melalui tahapan analisis deskriptif, uji normalitas, serta analisis regresi linear berganda yang mencakup uji ANOVA, uji F, dan uji t untuk mengidentifikasi hubungan serta pengaruh antarvariabel, dilengkapi dengan uji koefisien determinasi (R^2) guna mengetahui besaran kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun prosedur pengumpulan data dan pengolahan data dapat dilihat pada Gambar 1.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Gambar 1. Prosedur Dan Tahapan Pengumpulan Data

Gambar 1. Menjelaskan bahwa penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan (X1) memiliki 7 item, yaitu pemahaman terhadap pengelolaan keuangan pribadi, pengetahuan terhadap produk keuangan digital, kemampuan menyusun rencana pengeluaran, kesadaran terhadap kemampuan finansial pribadi, kesadaran terhadap kemampuan finansial pribadi, pengetahuan terhadap produk keuangan digital, sikap kehati-hatian dalam penggunaan instrumen keuangan. Gaya hidup konsumtif (X2) memiliki 7 item, yaitu perilaku konsumtif berbasis tren, kepuasan emosional dari perilaku konsumtif, pola konsumsi berorientasi pada kepuasan diri, motivasi konsumsi untuk citra social, kecenderungan mengikuti gaya hidup konsumtif berbasis tren, dampak eksposur media sosial terhadap keputusan konsumsi, pengendalian perilaku keuangan dalam konsumsi digital. FOMO (X3) memiliki 7item, yaitu kepuasan sosial atas partisipasi dalam tren digital, tekanan sosial dalam keputusan finansial digital, kecenderungan mengikuti tren digital, partisipasi sosial dalam penggunaan teknologi, kecemasan sosial akibat ketertinggalan tren, tekanan sosial dalam keputusan finansial digital, emosi negatif akibat rasa tertinggal. Paylater di kalangan mahasiswa (Y) memiliki 7 item, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, nilai guna dan manfaat ekonomi, kepercayaan terhadap sistem keamanan digital, persepsi efisiensi waktu,

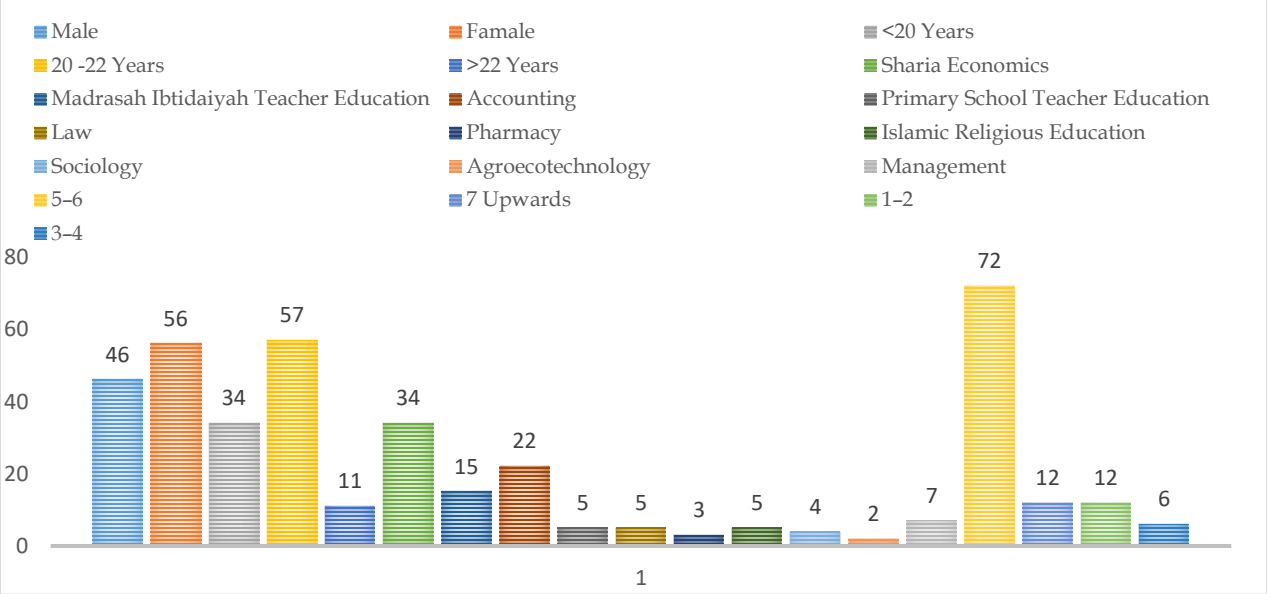
This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 01 | Maret 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n1.8029

persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan terhadap sistem digital, persepsi manfaat ekonomi. Proses penelitian dimulai dari tahap pemilihan sampel menggunakan teknik random sampling, dengan kriteria responden yaitu mahasiswa aktif minimal semester dua yang bersedia mengisi kuesioner, berjumlah 102 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin yang disebarkan secara daring melalui aplikasi WhatsApp dengan metode distribusi berantai. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis melalui beberapa tahap, meliputi analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian, uji normalitas untuk memastikan distribusi data, analisis regresi linier berganda untuk menguji hubungan antarvariabel, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO (Fear of Missing Out) terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Paylater, penelitian ini melibatkan populasi seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram yang telah mengetahui atau pernah memanfaatkan fasilitas tersebut sebagai salah satu bentuk layanan keuangan digital. Pemilihan sampel dilakukan melalui teknik random sampling dengan ketentuan bahwa responden merupakan mahasiswa aktif dari semester satu hingga semester delapan serta bersedia mengisi instrumen penelitian, sehingga diperoleh 102 partisipan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup berskala Likert lima poin untuk menghasilkan informasi yang terukur dan dapat dipertanggungjawabkan. Penyebaran instrumen dilakukan secara daring melalui aplikasi WhatsApp dengan metode distribusi berantai agar cakupan responden antarmahasiswa semakin luas. Kuesioner memuat empat variabel utama, yakni literasi keuangan (X1), gaya hidup konsumtif (X2), FOMO (X3), dan minat penggunaan Paylater (Y), yang masing-masing direpresentasikan melalui delapan butir pernyataan indikator. Adapun Hasil Distribusi Responen Mahasiswa divisualisasikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Distribusi Responden Mahasiswa

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 01 | Maret 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n1.8029

Gambar 2 memperlihatkan bahwa jumlah responden perempuan merupakan yang tertinggi, yakni 57 orang, sedikit melampaui responden laki-laki yang berjumlah 46 orang. Ditinjau dari kategori usia, kelompok responden berumur 20–22 tahun mendominasi dengan 56 orang, disusul oleh kelompok usia di bawah 20 tahun sebanyak 34 orang, sementara responden berusia lebih dari 22 tahun hanya mencapai 11 orang. Pada kategori program studi, responden berasal dari berbagai bidang, namun beberapa program studi memiliki proporsi yang lebih besar, seperti Ekonomi Syariah dengan 34 responden, Akutansi 22 responden, Agroteknologi dengan 17 responden, PGMI sebanyak 15 responden, dan Manajemen berjumlah 7 responden. Adapun program studi lain seperti Hukum, Farmasi, PGSD, Sosiologi, serta Keperawatan tercatat dengan jumlah yang lebih kecil, yaitu antara 1 hingga 5 responden. Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung terpusat pada kelompok usia dewasa awal serta beberapa program studi yang memiliki jumlah mahasiswa relatif lebih banyak dibandingkan program studi lainnya. Adapun hasil dari uji Descriptive Statistics dapat dilihat pada Tabel 1.

Table 1. Test Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X1	102	60,00	97,00	80,4118	7,69898	59,274
X2	102	60,00	97,00	77,5882	6,82069	46,522
X3	102	66,00	97,00	77,9020	7,97336	63,574
Y	102	63,00	94,00	76,4706	7,02993	49,420

Tabel 1 memperlihatkan bahwa Variabel X1 memiliki kisaran skor antara 60 sampai 97 dengan nilai rata-rata 80,41 serta standar deviasi 7,70, yang menunjukkan adanya keragaman sedang dalam tanggapan responden. Variabel X2 menunjukkan batas nilai minimum dan maksimum yang serupa dengan X1, tetapi memiliki rata-rata yang lebih rendah, yakni 77,59, dengan standar deviasi 6,82 sehingga mengindikasikan penyebaran data yang lebih seragam. Variabel X3 berada pada kisaran 66 hingga 97 dengan rata-rata 77,90 dan standar deviasi 7,97, yang menggambarkan tingkat variasi yang sedikit lebih besar dibandingkan variabel lain. Sementara itu, Variabel Y memiliki nilai minimum 63 dan maksimum 94 dengan rata-rata 76,47 serta standar deviasi 7,03, menandakan adanya penyebaran data yang moderat. Secara umum, seluruh variabel menunjukkan pola distribusi yang relatif stabil dengan tingkat variasi yang tidak berlebihan, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Adapun hasil dari uji Normalitas dapat dilihat pada Tabel 2.

Table 2. Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1	,122	102	,0145	,966	102	,0123
X2	,172	102	,069	,946	102	,047
X3	,202	102	,078	,907	102	,056
Y	,157	102	,0135	,949	102	,0110

a. Lilliefors Significance Correction

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 01 | Maret 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n1.8029

Tabel 2 memperlihatkan bahwa variabel X1 memiliki nilai signifikansi 0,0145 pada uji Kolmogorov-Smirnov dan 0,0123 pada uji Shapiro-Wilk, sehingga keduanya menunjukkan bahwa distribusi data tidak normal karena berada di bawah ambang 0,05. Untuk variabel X2, nilai signifikansi pada Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,069 mengarah pada distribusi yang cenderung normal, sedangkan hasil Shapiro-Wilk sebesar 0,047 menunjukkan bahwa asumsi normalitas belum terpenuhi. Variabel X3 memperoleh nilai signifikansi 0,078 pada Kolmogorov-Smirnov yang mengindikasikan kecenderungan normal, namun hasil Shapiro-Wilk sebesar 0,056—yang berada dekat batas 0,05—memerlukan interpretasi yang lebih hati-hati. Adapun variabel Y menunjukkan nilai signifikansi 0,0135 pada Kolmogorov-Smirnov dan 0,0110 pada Shapiro-Wilk, yang menandakan bahwa data tidak mengikuti distribusi normal. Secara keseluruhan, terdapat perbedaan hasil antara kedua uji, di mana beberapa variabel dianggap normal menurut salah satu metode namun tidak menurut metode lainnya, sehingga analisis lanjutan perlu mempertimbangkan kondisi ini secara cermat. Adapun hasil dari uji Model Summary dilihat pada Tabel 3.

Table 3. Test Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,476[a]	,226	,203	6,27759

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Tabel 3 menggambarkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,476 menunjukkan adanya hubungan yang tergolong moderat antara variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y. Nilai R Square sebesar 0,226 menandakan bahwa ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan 22,6% variasi pada variabel dependen, sementara persentase sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Adjusted R Square sebesar 0,203 menggambarkan besaran penyesuaian nilai koefisien determinasi setelah memperhitungkan jumlah variabel prediktor, yang tetap menunjukkan kontribusi yang relatif sedang. Nilai standar error of the estimate sebesar 6,27759 mengindikasikan derajat penyimpangan antara hasil prediksi model dengan nilai aktual, yang menunjukkan bahwa akurasi model masih perlu ditingkatkan. Secara keseluruhan, meskipun kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen masih terbatas, hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat tetap terlihat signifikan. . Adapun hasil dari uji Anova dapat dilihat pada Tabel 4.

Table 4. Test Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1129,413	3	376,471	9,553	,000[b]
	Residual	3861,998	98	39,408		
	Total	4991,412	101			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Tabel 4 memperlihatkan bahwa nilai F pada model regresi sebesar 9,553 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa model tersebut secara keseluruhan signifikan dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y. Nilai jumlah kuadrat regresi sebesar 1129,413 dengan tiga derajat bebas mencerminkan besarnya pengaruh gabungan ketiga variabel bebas dalam menerangkan variasi data. Sementara itu, jumlah kuadrat residual sebesar 3861,998 dengan 98 derajat bebas menggambarkan bagian

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 01 | Maret 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n1.8029

variasi yang tidak mampu dijelaskan oleh model. Adapun total variasi data yang tercatat sebesar 4991,412 menunjukkan keseluruhan penyebaran nilai yang dianalisis. Secara keseluruhan, hasil uji ANOVA tersebut mengonfirmasi bahwa model regresi yang digunakan signifikan dan memiliki kemampuan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel secara statistik. Adapun hasil dari uji koefisien dapat dilihat pada Tabel 5.

Table 5. Test Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	28,190	9,420		2,993	,003
	X1	,167	,082	,183	2,027	,045
	X2	,202	,104	,196	1,953	,054
	X3	,246	,089	,279	2,771	,007

a. Dependent Variable: Y

Tabel 5 menggambarkan bahwa nilai konstanta sebesar 28,190 dengan signifikansi 0,003 menandakan bahwa apabila variabel X1, X2, dan X3 bernilai nol, maka nilai awal variabel Y berada pada angka tersebut. Koefisien untuk variabel X1 tercatat sebesar 0,167 dengan tingkat signifikansi 0,045, yang menunjukkan bahwa X1 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Y. Variabel X2 memiliki koefisien 0,202 dengan signifikansi 0,054; meskipun arah pengaruhnya positif, tingkat signifikansinya sedikit melampaui batas 0,05 sehingga perlu kehati-hatian dalam menginterpretasikannya. Di sisi lain, variabel X3 memperlihatkan koefisien tertinggi, yaitu 0,246 dengan nilai signifikansi 0,007, yang menunjukkan bahwa variabel ini memberikan pengaruh positif dan signifikan serta memiliki kontribusi terbesar dalam menjelaskan variasi Y. Secara keseluruhan, ketiga variabel independen memberikan pengaruh positif terhadap Y, dengan X3 sebagai variabel yang paling dominan.

Pembahasan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan memiliki skor rata-rata 80,41, yang berarti sebagian besar mahasiswa telah memiliki kemampuan yang baik dalam memahami konsep dasar pengelolaan keuangan, termasuk perencanaan serta pengendalian pengeluaran. Kondisi ini mencerminkan bahwa mahasiswa cukup mampu menilai manfaat dan risiko layanan keuangan digital, termasuk paylater. Di sisi lain, rata-rata variabel Gaya Hidup Konsumtif sebesar 77,58 mengindikasikan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa masih cenderung tinggi, terutama dalam mengikuti tren dan memenuhi kebutuhan yang bersifat gaya hidup. Sementara itu, skor variabel FOMO sebesar 77,90 menunjukkan bahwa mahasiswa cukup rentan terdorong untuk melakukan pembelian agar tidak merasa tertinggal dari perkembangan tren sosial. Rata-rata variabel Minat Penggunaan Paylater sebesar 76,47 menggambarkan bahwa ketertarikan mahasiswa terhadap penggunaan paylater berada pada tingkat yang relatif tinggi, baik karena alasan fleksibilitas pembayaran maupun pengaruh lingkungan sosial.

Temuan tersebut sejalan dengan hasil kajian Safitri (2025), yang menegaskan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk pola pikir yang lebih hati-hati dalam menggunakan layanan kredit digital. Pemahaman yang baik mengesnai risiko dan konsekuensi pembayaran membuat mahasiswa lebih terarah dalam memanfaatkan layanan paylater. Sebaliknya, penelitian Saputri (2025) menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif justru meningkatkan kecenderungan penggunaan paylater, karena mahasiswa menginginkan kenyamanan transaksi dalam memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan gaya hidup modern.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 01 | Maret 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n1.8029

Selain itu, Surawan (2025) menambahkan bahwa pengaruh FOMO menjadi salah satu faktor psikologis yang memperkuat keinginan mahasiswa untuk menggunakan paylater sebagai bentuk keterlibatan dalam tren digital yang sedang berkembang. Ketiga penelitian tersebut menegaskan bahwa faktor pengetahuan, perilaku konsumsi, dan psikologis memiliki peran masing-masing dalam mendorong keputusan penggunaan paylater.

Secara teoritis, literasi keuangan yang baik dapat membantu mahasiswa melakukan penilaian yang lebih cermat sebelum memanfaatkan fasilitas paylater, sehingga keputusan yang diambil lebih terukur. Namun demikian, dorongan gaya hidup konsumtif serta kecenderungan FOMO dapat mengurangi fungsi pengendalian tersebut, sehingga minat penggunaan paylater tetap meningkat meskipun mahasiswa memahami risiko yang menyertainya. Ketiga variabel bebas dalam penelitian ini saling berkaitan dalam memengaruhi minat mahasiswa, di mana literasi keuangan berfungsi sebagai penyeimbang, sedangkan gaya hidup konsumtif dan FOMO menjadi pendorong utama perilaku penggunaan paylater. Oleh karena itu, pemahaman mengenai hubungan ketiga faktor tersebut penting sebagai dasar penguatan edukasi keuangan pada mahasiswa agar penggunaan layanan paylater dapat lebih bijaksana serta tidak menimbulkan beban finansial di kemudian hari (Roekhudin et al., 2025).

Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Paylater, dengan FOMO menunjukkan kontribusi paling dominan, sedangkan secara parsial literasi keuangan dan FOMO berpengaruh signifikan namun gaya hidup konsumtif belum menunjukkan signifikansi walaupun arahnya positif. Temuan ini memberikan implikasi teoritis bahwa perilaku penggunaan layanan keuangan digital tidak hanya dipengaruhi oleh kapasitas pengetahuan finansial, tetapi juga oleh aspek psikologis yang berkaitan dengan dinamika sosial dan tren digital. Dari sisi praktis, hasil penelitian mengisyaratkan perlunya peningkatan literasi keuangan mahasiswa sebagai upaya untuk mendorong pengambilan keputusan yang lebih rasional, sekaligus mendorong penyedia layanan Paylater agar merancang strategi pemasaran yang etis dan memperhatikan aspek perlindungan konsumen. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan sampel yang hanya berfokus pada satu perguruan tinggi serta penggunaan instrumen survei kuantitatif yang mungkin belum mampu menangkap kompleksitas perilaku pengguna secara menyeluruh.

Penelitian mendatang dianjurkan untuk memperluas karakteristik responden pada berbagai perguruan tinggi atau wilayah berbeda agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan Paylater, serta mempertimbangkan penerapan pendekatan campuran yang menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif guna menggali dimensi psikologis, sosial, maupun teknologi yang belum terjangkau melalui kuesioner. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti literasi digital, pengaruh promosi, persepsi risiko, kontrol diri, maupun faktor kemudahan penggunaan untuk memperkuat model prediksi, serta mempertimbangkan penggunaan teknik analisis lanjutan seperti structural equation modeling agar hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara lebih mendalam dan terstruktur.

Referensi

Adyaputri, E., & Surawan, S. (2025). Transaksi Digital Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Iain Palangka Raya. *Educatia: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, *15*(1), 61–75. https://jurnal.staiyogyakarta.ac.id/index.php/edu/article/view/92

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Ainiyah, F., & Yuliana, I. (2022). Pengaruh Penggunaan Fintech Dan Literasi Keuangan Terhadap Inklusi Keuangan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *7*(3), 1005–1018. https://download.garuda.kemdikbud.

Aisyah, S. (2025). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Flexing Terhadap Penggunaan Pinjaman Online Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Repository Uin Saizu*. Https://Repository.Uinsaizu.Ac.Id

Amelia, Nailah, P., Fidiansa, Arta, P., & Risa, Salsabilla, C. (2023). Fenomena Penggunaan Paylater Di Kalangan Mahasiswa. Jurnal *Prosiding Seminar Nasional*, *2*, 176–187. https:///C:/Users/user/Downloads/ahuda,+175-187.pdf

Ariria, D. N., & Ulfatun, T. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, *8*(2), 61–71. Https://Doi.Org/10.37329/Cetta.V8i2.4055

Armawati, A. (2025). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Akses Pembiayaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Febi Uin Palopo. Universitas Islam Negri Palopo. *Sripsi* https://repository.uinpalopo.ac.id/id/eprint/11467/1/SKRIPSI%20ARMAWATI%20(2).pdf

Asmarani, R. A. (2024). … Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabell Moderating (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi …. *Uin Kh Abdurrahman Wahid Pekalongan*. Http://Etheses.Uingusdur.Ac.Id/6716/

Chaniago, H. Z. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z Pada Mahasiswa Upn "Veteran" Jawa Timur Pengguna Shopee Paylater. *Upn Veteran Jawa Timur*. https://repository.upnjatim.ac.id/29423/

Cindhy, C. D. (2025). Analisis Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Padang. *Media Riset Ekonomi Pembangunan (Medrep)*, *2*(3). https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/5388

Darmawan, I. D. (2025). Pengaruh Fomo Dan Hedonic Motivation Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Paylater. *Universitas Muhammadiyah Magelang*. Https://Repositori.Unimma.Ac.Id/5077/%0ahttp://Repositori.Unimma.Ac.Id/5077/1/19.0101.0134_Cover_Bab I_Bab Ii_Bab Iii_Bab V_Daftar Pustaka .Pdf

Hermawan, M. R., & Lathifah, M. (2025). Studi Kasus Penggunaan Paylater Terhadap Tingkat Stress Psikologis Mahasiswa. *Teraputik: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, *9*(1), 158–168. http://journal.unindra.ac.id/index.php/teraputik/article/view/3901

Ismanto, H., Widiastuti, A., Harjum Muharam, Pangestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2020). *Perbankan Dan Literasi*. Deepublish. Https://Balaiyanpus.Jogjaprov.Go.Id/Opac/Detail-Opac?Id=320145

Jannata, P. M., & Suhartini, D. (2023). Literasi Keuangan Dan Minat Menggunakan Pinjaman Online : Kajian Literatur Pada Generasi Digital Baj (Behavioral Accounting Journal). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, *6*(2), 122–130. https://baj.upnjatim.ac.id/index.php/baj/article/view/399

Mahbubah, W., & Muntafi, M. S. (2024). Hubungan Peer Group Dan Fomo Terhadap Impulsive Buying Dewasa Awal Di Kota Surabaya. *Proceedings Of Psychonutrition Student Summit*, *1*(1), 378–389. https://proceedings.uinsa.ac.id/index.php/PINUSS/article/view/2349

Muslim, B. L. B. B., Hamdani, M., Anugrahani, I. S., Minarsi, A., Rianty, E., Purnamaningrum, T.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

K., Pracoyo, A., & Juansa, A. (2025). Literasi Keuangan: Wawasan, Perilaku Dan Strategi Mengelola Keuangan. *Jurnal Ekonomi*. https://books.google.co.id

Muslimah, D., Nasruddin, Mara Kesuma, I., & Suwarno. (2024). Analisis Penggunaan Layanan Keuangan Digital Di Kalangan Mahasiswa Universitas Bina Insan. *53–64. Jurnal Ekonomi.* https://repository.mercubuana.ac.id/86554/

Natalie, C., & Utami, L. S. S. (2025). Perilaku Fomo Dan Budaya Konsumtif Pada Penggemar Stray Kids Dalam Pembelian Merchandise. *Prologia*, *9*(1), 93–101. https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/33175

Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Pnj*, *3*. http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5822

Rahmawati, R., Pratama, I., & Tambunan, S. B. (2025). Pengaruh Environmental, Social Dan Governance Terhadap Financial Performance Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2020-2023. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis (Jikabi)*, *4*(1), 1–19. https://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jikabi/article/view/6092

Raihani, R. (2023). Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater, Purchase Intention Dan Spirituality Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pengguna E- Commerce Shopee. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, *Viii*(I), 1–19. https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/40976

Rizqiyah, F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat, Dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Di Platform Shopee Pada Kabupaten Gresik. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, *15*(8), 1–20. http://eprints.umg.ac.id/14054/

Roekhudin, R., Zaky, A., Purwanti, L., Ibrahim, M., Prakoso, A., Muharrom, A., & Imami, P. (2025). Sosialisasi Pinjaman Digital Beretika: Penguatan Literasi Keuangan Syariah Bagi Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(2), 11–22. https://journals.oneresearch.id/index.php/pelita/article/view/224

Safitri, S. D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Dengan Kecerdasan Spiritual. *Jurnal Siddiq Jember*. Https://Digilib.Uinkhas.Ac.Id/45698/1/Sharma%20dian%20safitri_214105010003_Watermark.Pdf

Saputri, R. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Paylater, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Indonesia. *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, *3*(2), 124–139. https://journals.oneresearch.id/index.php/pelita/article/view/224

Satrio, R., Wati, K. A., Destiyana, A., & Sanjaya, R. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, *3*(4), 26–35. https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jupiman/article/view/4468

Tholib, N. A. (2025). Pengaruh Buy Now Pay Later, Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater (Studi Pada Mahasiswa Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto) Skripsi. In *Skripsi* (Issue 1). Https://Pubmed.Ncbi.Nlm.Nih.Gov/28459981/%0ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Resenv.2025.100208%0ahttp://Scioteca.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 01 | Maret 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n1.8029

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License