

Analisis Struktural Pengaruh *Buy Now Pay Later* (BNPL) terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif Mahasiswa melalui Pendekatan SEM-PLS

Salsa Febrianti¹

¹Universitas Nusa Putra

salsa.febrianti_ak23@nusaputra.ac.id

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra. Sebagai inovasi finansial digital, BNPL menawarkan kemudahan akses melalui proses pengajuan yang praktis dan fleksibel. Namun, kemudahan tersebut berpotensi memicu perilaku konsumsi yang tidak terencana. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden mahasiswa. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan BNPL berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,525, nilai *T-statistics* sebesar 7,472 ($T > 1,96$), serta didukung oleh *P-value* sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Kontribusi pengaruh BNPL terhadap variasi perilaku konsumtif tercatat sebesar 27,6% ($R\text{-Square} = 0,276$), sementara 72,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi keuangan bagi mahasiswa dalam menghadapi kemudahan layanan keuangan digital guna menghindari risiko keuangan di masa depan.

Kata kunci: *Buy Now Pay Later* (BNPL), Perilaku Konsumtif, Mahasiswa Universitas Nusa Putra

Abstract: This study aims to analyze the effect of *Buy Now Pay Later* (BNPL) usage on the consumer behavior of Nusa Putra University students. As a digital financial innovation, BNPL offers easy access through a practical and flexible application process. However, this convenience has the potential to trigger unplanned consumption behavior. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 student respondents. The data analysis technique used is *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) through SmartPLS 4 software. The results show that BNPL usage has a positive and significant effect on student consumer behavior with a path coefficient value of 0.525, a *T-statistic* value of 7.472 ($T > 1.96$), and supported by a *P-value* of 0.000 ($p < 0.05$). The contribution of BNPL to variations in consumer behavior was recorded at 27.6% ($R\text{-Square} = 0.276$), while the remaining 72.4% was influenced by other factors outside this research model. These findings emphasize the importance of improving financial literacy for students in facing the convenience of digital financial services to avoid future financial risks.

Keyword: Online loans pay later, consumer behavior, students nusa putra university

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu dalam melakukan pembelian barang atau penggunaan jasa secara berlebihan dengan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Fenomena ini semakin berkembang seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi digital di era modern. Masyarakat kini dapat dengan mudah mengakses berbagai platform digital, khususnya e-commerce dan layanan keuangan berbasis teknologi seperti *Buy Now Pay Later* (BNPL), yang menawarkan kemudahan transaksi secara cepat dan instan.

Kemudahan tersebut tidak hanya mendorong peningkatan aktivitas konsumsi, tetapi juga berpotensi memperkuat perilaku konsumtif, terutama ketika didukung oleh pengaruh media sosial yang menampilkan gaya hidup modern dan tren kekinian. Individu cenderung terdorong untuk mengikuti pola konsumsi tersebut demi memenuhi keinginan atau gengsi sosial, tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Dalam konteks ini, kemudahan akses terhadap *Buy Now Pay Later* (BNPL) semakin memperbesar peluang terjadinya konsumsi berlebihan, karena individu dapat memenuhi keinginannya tanpa harus memiliki ketersediaan dana secara langsung.

Salah satu bentuk inovasi teknologi finansial yang turut memicu meningkatnya perilaku konsumtif adalah layanan Paylater atau sistem “bayar nanti”. Layanan ini merupakan fasilitas kredit instan yang memungkinkan pengguna memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu, kemudian melakukan pembayaran di kemudian hari, baik secara cicilan maupun pelunasan sekaligus. Perkembangannya semakin pesat seiring dengan tingginya penggunaan internet dan smartphone, serta proses pengajuan yang relatif lebih mudah dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional.

Kemudahan tersebut telah membawa perubahan yang cukup signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Berdasarkan data dari

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total akumulasi utang Paylater di Indonesia mencapai Rp30,36 triliun per November 2024, yang berasal dari sektor perbankan dan perusahaan pembiayaan (OJK, 2024). Tingginya angka tersebut menunjukkan bahwa ketergantungan masyarakat terhadap layanan kredit digital semakin meningkat, bahkan untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat non-prioritas. Kondisi ini memunculkan kekhawatiran terkait meningkatnya perilaku konsumtif serta risiko kelebihan utang (*over-indebtedness*), khususnya di kalangan generasi muda.

Urgensi penelitian ini semakin terlihat dari semakin luasnya penggunaan layanan Paylater di berbagai sektor, seperti transportasi online, layanan hiburan digital, hingga pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Banyak individu terdorong untuk melakukan pembelian secara impulsif karena adanya persepsi kemampuan finansial yang terbentuk dari kemudahan akses kredit instan. Pola konsumsi seperti ini tidak hanya berpotensi mengganggu stabilitas keuangan individu, tetapi juga dapat menimbulkan dampak psikologis dan sosial, seperti stres akibat beban utang, tekanan untuk mengikuti standar gaya hidup di media sosial, hingga konflik dalam pengelolaan keuangan. Selain itu, regulasi terkait layanan keuangan digital masih cenderung berkembang secara bertahap dan belum sepenuhnya mampu mengendalikan perilaku konsumtif berbasis utang. Di sisi lain, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih tergolong rendah, sebagaimana ditunjukkan dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (OJK, 2022).

Tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang masih berada pada angka 49,68% menunjukkan bahwa sebagian besar individu telah menggunakan layanan keuangan, namun belum sepenuhnya memahami risiko yang menyertainya. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara tingkat inklusi keuangan dan pemahaman masyarakat

terhadap pengelolaan keuangan yang bijak. Rendahnya literasi keuangan tersebut berpotensi mendorong individu untuk menggunakan layanan keuangan digital, termasuk Paylater, tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjangnya.

Di sisi lain, kajian empiris yang secara khusus membahas pengaruh layanan Paylater terhadap perilaku konsumtif di Indonesia, terutama dengan pendekatan kuantitatif, masih tergolong terbatas. Sebagian besar penelitian yang ada cenderung berfokus pada perilaku belanja online secara umum, tanpa mengkaji secara mendalam hubungan antara kemudahan akses kredit digital dengan kecenderungan konsumsi berlebihan. Padahal, kemudahan dalam memperoleh kredit instan dapat menjadi faktor pendorong utama munculnya perilaku konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa yang memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap teknologi digital.

Selain itu, perkembangan layanan Paylater yang semakin terintegrasi dalam berbagai platform digital juga memperkuat urgensi penelitian ini. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital native menjadi kelompok yang rentan terhadap pengaruh kemudahan transaksi dan tren konsumsi modern. Tanpa disertai pemahaman keuangan yang memadai, penggunaan layanan ini berpotensi menimbulkan pola konsumsi yang tidak terkendali serta berdampak pada kondisi keuangan pribadi.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Apakah penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) bayar nanti berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?". Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) bayar nanti terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, fenomena menjamurnya

teknologi finansial di kalangan generasi muda menciptakan sebuah pergeseran budaya finansial yang nyata. Kemudahan akses yang ditawarkan oleh kredit digital berpotensi kuat melonggarkan kendali diri mahasiswa dalam mengelola pengeluarannya. Oleh karena itu, fokus utama yang ingin dijawab dalam penelitian ini dirumuskan ke dalam pertanyaan sebagai berikut:

Apakah penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Nusa Putra?

Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan di atas, arah dan target yang ingin dicapai peneliti dalam pelaksanaan eksperimen ilmiah ini adalah:

Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Nusa Putra.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan tidak hanya menjadi salah satu syarat kelulusan akademis semata, melainkan dapat memberikan kontribusi dan nilai guna yang berharga, baik dari sudut pandang teoretis maupun aplikasinya secara praktis di lapangan. Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dan literatur akademik, khususnya di bidang akuntansi keperilakuan (*behavioral accounting*) serta perilaku konsumen yang berkaitan dengan adopsi teknologi finansial (*fintech*). Melalui pembuktian empiris menggunakan model SEM-PLS, penelitian ini memperjelas bagaimana aspek psikologis dan keputusan belanja generasi muda berubah ketika dihadapkan pada kemudahan sistem kredit modern. Selain itu, data dan penemuan dalam penelitian ini juga dapat difungsikan

sebagai bahan rujukan ilmiah, sumber informasi sekunder, serta pijakan dasar bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan model penelitian baru dengan menambahkan variabel-variabel eksternal lain yang belum sempat teruji di sini.

Secara praktis, kontribusi nyata dari penelitian ini ditujukan langsung kepada mahasiswa Universitas Nusa Putra agar dapat dijadikan sebagai sarana evaluasi diri dan bahan refleksi. Temuan mengenai dampak *Buy Now Pay Later* (BNPL) ini menjadi pengingat agar mahasiswa bisa lebih cermat, rasional, dan bijak dalam mengontrol ego agar tidak mudah tergiur oleh ilusi daya beli instan yang berisiko menumpuk utang di masa depan. Di sisi lain, angka-angka statistik di dalam penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi alarm sekaligus bahan masukan bagi pihak manajemen universitas maupun organisasi kampus mengenai pentingnya menyusun program edukasi berkala, seperti seminar literasi keuangan digital (*financial literacy*). Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya cakap dalam menggunakan teknologi keuangan, tetapi juga memiliki benteng kontrol diri yang kuat untuk menciptakan ekosistem finansial yang sehat dan cerdas di lingkungan kampus.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior)

Teori perilaku konsumen (*consumer behavior*) merupakan kajian yang mempelajari bagaimana individu menentukan pilihan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki, seperti uang, waktu, dan tenaga, untuk memperoleh serta mengonsumsi barang atau jasa. Proses pengambilan keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya faktor psikologis, sosial, dan situasional. Dalam perkembangan era digital, faktor situasional seperti kemudahan akses, promosi, serta kemajuan teknologi turut memberikan

pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi individu. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi penting untuk menjelaskan perubahan preferensi, motivasi, serta kebiasaan konsumsi masyarakat.

Salah satu bentuk perkembangan layanan keuangan digital yang relevan dalam konteks ini adalah penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) bayar nanti (Paylater). Layanan ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan transaksi tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung. Dalam perspektif teori perilaku konsumen, kemudahan akses terhadap fasilitas kredit dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan, karena menciptakan persepsi ketersediaan dana yang lebih besar atau ilusi kemampuan finansial. Selain itu, faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, serta berbagai penawaran promosi yang diberikan oleh penyedia layanan Paylater turut mendorong peningkatan intensitas penggunaan layanan tersebut dalam aktivitas konsumsi.

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan, impulsif, dan tidak terencana, tanpa mempertimbangkan prioritas kebutuhan. Dari sudut pandang psikologi konsumen, perilaku ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti emosi, motivasi, dan kebiasaan, serta faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan sosial, tren yang berkembang, promosi, serta kemudahan dalam sistem pembayaran. Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai bagian dari generasi yang aktif dalam penggunaan teknologi digital dan media sosial memiliki potensi lebih besar untuk terpapar gaya hidup konsumtif. Akses yang mudah terhadap layanan kredit instan seperti Paylater semakin memperkuat kecenderungan tersebut, sehingga berpotensi memengaruhi pola pengelolaan keuangan mereka.

***Buy Now Pay Later* (BNPL) Bayar Nanti**

Buy Now Pay Later (BNPL) bayar nanti merupakan salah satu bentuk layanan keuangan digital yang dapat diakses melalui aplikasi atau platform berbasis web tanpa memerlukan jaminan aset. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu, kemudian melakukan pembayaran dalam jangka waktu tertentu, baik secara cicilan maupun sekaligus. Karakteristik utama dari layanan ini adalah proses pengajuan yang cepat, praktis, serta tanpa agunan, sehingga menjadi daya tarik tersendiri, khususnya bagi kalangan muda.

Bagi mahasiswa, penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) bayar nanti memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan tanpa harus memiliki dana tunai secara langsung. Kondisi ini mendorong terjadinya peningkatan aktivitas konsumsi karena mahasiswa dapat memperoleh barang yang diinginkan secara instan, termasuk produk yang sedang tren. Namun, di balik kemudahan tersebut terdapat potensi risiko, di mana mahasiswa cenderung menggunakan fasilitas kredit sebagai solusi cepat tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial di masa mendatang. Hal ini dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif serta berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian atau penggunaan barang dan jasa secara berlebihan yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan lebih dipengaruhi oleh keinginan pribadi. Perilaku ini sering kali mengabaikan nilai guna suatu produk dan lebih berorientasi pada kepuasan sesaat, status sosial, atau gengsi.

Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif dapat terlihat dari kebiasaan membeli produk bermerek, mengikuti tren yang sedang berkembang, serta menjalani gaya hidup yang

cenderung berlebihan tanpa perencanaan keuangan yang matang. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi yang aktif di media sosial juga lebih mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya. Faktor-faktor seperti tekanan sosial, pengaruh teman sebaya, serta paparan gaya hidup modern melalui media digital mendorong individu untuk menyesuaikan diri dengan tren tersebut.

Selain itu, kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital, khususnya *Buy Now Pay Later* (BNPL) bayar nanti, turut memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif. Mahasiswa dapat dengan mudah memperoleh sumber dana tambahan untuk memenuhi keinginan konsumsi, sehingga berpotensi mengabaikan pertimbangan jangka panjang terhadap kondisi keuangan mereka. Akibatnya, perilaku konsumtif tidak hanya berdampak pada pola pengeluaran, tetapi juga dapat memicu ketergantungan terhadap fasilitas kredit.

Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL)

Fasilitas *Buy Now Pay Later* (BNPL) merupakan sebuah inovasi pendanaan berbasis digital yang dapat diakses melalui berbagai platform aplikasi tanpa mewajibkan adanya jaminan fisik. Mekanisme ini memberikan keleluasaan bagi penggunaannya untuk melakukan transaksi barang atau jasa di awal, sementara pelunasannya dapat dilakukan secara bertahap atau ditangguhkan dalam periode tertentu. Karakteristik utamanya yang berupa proses administrasi instan dan syarat tanpa agunan menjadikan layanan BNPL ini sangat populer di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa yang menginginkan kepraktisan dalam bertransaksi.

Implementasi fitur *Buy Now Pay Later* memberikan fleksibilitas bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan mendesak maupun keinginan pribadi tanpa keterbatasan dana tunai di saat transaksi. Fenomena ini secara tidak langsung memicu dorongan untuk mengikuti tren pasar melalui cara yang lebih efisien dan

terjangkau secara akses. Mahasiswa kini mampu memiliki produk yang diinginkan tanpa harus melewati proses menabung yang memakan waktu lama. Kendati demikian, aksesibilitas BNPL yang sangat terbuka ini menyimpan risiko sistemik terhadap pola konsumsi, di mana mahasiswa seringkali terjebak dalam pemenuhan keinginan sesaat tanpa melakukan perhitungan matang mengenai kapasitas finansial mereka untuk melunasi tagihan di masa mendatang.

Ketersediaan *Buy Now Pay Later* menciptakan pergeseran paradigma dalam pengelolaan keuangan di lingkungan kampus. Kemudahan akses yang tidak dibarengi dengan literasi keuangan yang memadai cenderung mengaburkan batasan antara kebutuhan primer dan keinginan impulsif. Kondisi ini berpotensi menciptakan ketergantungan pada utang sebagai gaya hidup, di mana beban cicilan dianggap sebagai masalah sekunder dibandingkan kepuasan instan yang didapatkan hari ini. Akibatnya, mahasiswa tidak hanya menghadapi risiko gagal bayar, tetapi juga terjebak dalam siklus konsumtivisme yang kontraproduktif terhadap prinsip kemandirian finansial.

Selain faktor kemudahan teknis, adopsi *Buy Now Pay Later* di kalangan mahasiswa juga sangat dipengaruhi oleh dinamika sosial dan tekanan teman sebaya (*peer pressure*). Di era digital, standar gaya hidup sering kali ditentukan oleh apa yang ditampilkan di media sosial, sehingga mahasiswa merasa perlu untuk terus memperbarui penampilan atau memiliki *gadget* terbaru demi menjaga eksistensi sosial mereka. BNPL hadir sebagai solusi instan untuk menjembatani kesenjangan antara realitas ekonomi mahasiswa dengan gaya hidup ideal yang mereka aspirasikan. Hal ini menciptakan fenomena konsumsi simbolik, di mana keputusan menggunakan pinjaman bukan lagi didasarkan pada nilai guna suatu barang, melainkan pada kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial, yang pada akhirnya

memperkuat perilaku konsumtif secara berkelanjutan.

Hipotesis

Penelitian ini didasarkan pada teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa keputusan individu dalam melakukan konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti aspek psikologis, sosial, dan situasional. Dalam konteks ini, penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) bayar nanti diperkirakan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan akses, dorongan lingkungan sosial, serta persepsi terhadap ketersediaan dana jangka pendek menjadi faktor yang dapat mendorong individu untuk meningkatkan aktivitas konsumsi.

Analisis Hasil Pengujian Hipotesis dan Model Struktural (Inner Model)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk menganalisis signifikansi pengaruh penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) sebagai variabel eksogen (X) terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra sebagai variabel endogen (Y). Proses evaluasi hubungan kausalitas antar variabel ini dilakukan dengan menjalankan prosedur *bootstrapping* pada *software* SmartPLS 4 guna memperoleh nilai estimasi parameter yang akurat dan *robust*. Berdasarkan hasil parameter estimasi pada tabel *Path Coefficients*, ditemukan bahwa hubungan kausalitas antara variabel penggunaan BNPL (X) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai *Original Sample* (O) bertanda positif sebesar 0,525 dengan nilai *Sample Mean* (M) sebesar 0,535. Arah hubungan yang positif ini mengindikasikan adanya hubungan yang searah, di mana setiap peningkatan intensitas atau kemudahan penggunaan layanan BNPL akan diikuti oleh peningkatan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa secara nyata. Kekuatan hubungan struktural ini divalidasi secara empiris melalui nilai *T-statistics* sebesar 7,472, yang nilainya

berada jauh di atas ambang batas kritis tabel sebesar 1,96 ($T > 1,96$). Konsistensi dan validitas hasil pengujian ini diperkuat oleh perolehan nilai *P-value* sebesar 0,000, yang berada jauh di bawah taraf signifikansi yang dipersyaratkan ($p < 0,05$). Temuan statistik tersebut memberikan basis empiris yang kuat untuk menerima Hipotesis Alternatif (H_2) dan menolak Hipotesis Nol (H_0). Dengan demikian, dapat disimpulkan secara mutlak bahwa penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra.

Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Pengujian Hipotesis dan Kekuatan Model (Inner Model)

Pengujian hipotesis di penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah ada pengaruh antara penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) sebagai variabel X terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra sebagai variabel Y. Proses ini menggunakan metode bootstrapping di SmartPLS 4.

Berdasarkan hasil olah data pada tabel Path Coefficients, nilai koefisien jalur (*Original Sample*) yang didapat adalah 0,525 dengan arah yang positif. Angka positif ini artinya hubungannya searah jadi, semakin sering atau semakin mudah mahasiswa menggunakan layanan PayLater, maka kecenderungan perilaku konsumtif mereka juga akan semakin meningkat.

Untuk membuktikan apakah pengaruh ini signifikan atau tidak, kita bisa lihat dari nilai *T-statistics* dan *P-value* nya. Dari hasil pengujian, didapatkan nilai *T-statistics* sebesar 7,472, yang mana angka ini jauh lebih besar dari batas minimal standar yaitu 1,96. Selain itu, nilai *P-value* menunjukkan angka 0,000, jauh di bawah standar eror 0,05. Karena hasil statistiknya terpenuhi secara mutlak, maka Hipotesis Kedua (H_2) diterima dan Hipotesis Nol (H_0) ditolak. Kesimpulannya, penggunaan *Buy Now Pay Later*

(BNPL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra.

Selanjutnya, untuk melihat seberapa besar variabel BNPL (X) ini memengaruhi Perilaku Konsumtif (Y), kita bisa cek nilai *R-Square*-nya. Nilai *R-Square* yang didapat adalah 0,276 (atau 27,6%). Angka ini menunjukkan bahwa penggunaan PayLater berkontribusi sebesar 27,6% dalam memicu perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra. Sementara itu, sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini, seperti tingkat literasi keuangan, kontrol diri, pengaruh teman sebaya, atau uang saku dari orang tua.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis di atas, terbukti jika kemudahan yang ditawarkan oleh layanan PayLater menjadi pemicu utama meningkatnya sifat konsumtif di kalangan mahasiswa. Fitur "belanja sekarang, bayar nanti" ini sering kali bikin mahasiswa terjebak dalam pola konsumsi yang tidak terencana. Secara psikologis, mahasiswa yang rata-rata berada di usia muda biasanya masih dalam tahap belajar mengelola keuangan digital. Hadirnya PayLater ini akhirnya memunculkan "ilusi daya beli instan", di mana mereka merasa punya uang banyak, padahal itu adalah utang. Akibatnya, keputusan untuk membeli barang sering kali diambil secara spontan tanpa memikirkan dampaknya ke depan.

Kalau kita bedah dari model final SmartPLS, daya pikat utama yang paling kuat memengaruhi mahasiswa adalah indikator X4 (kemudahan syarat pengajuan) dan X8 (fleksibilitas pembayaran). Hal ini membuktikan kalau proses PayLater yang praktis dan tanpa syarat yang ribet sukses membuat mahasiswa menurunkan tingkat rasionalitasnya saat berbelanja.

Dampak dari mudahnya berutang ini terlihat dari perilaku konsumtif mahasiswa yang berpusat pada indikator Y5 dan Y4, yang secara

statistik punya nilai kontribusi paling tinggi. Artinya, kelonggaran dana dari PayLater ini lebih banyak dipakai oleh mahasiswa untuk membeli barang-barang non-primer (bukan kebutuhan pokok) hanya demi kepuasan gengsi sesaat atau agar dianggap *up-to-date* di lingkungan pertemanannya.

Meskipun begitu, karena nilai pengaruh PayLater ini berada di angka 27,6%, kita juga harus sadar bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak cuma disebabkan oleh PayLater saja. Masih ada ruang sebesar 72,4% yang dipengaruhi oleh hal lain. Ini menjadi catatan penting bahwa untuk membentengi mahasiswa dari sifat boros, peningkatan literasi atau edukasi keuangan digital di lingkungan kampus sangat penting dilakukan supaya mereka bisa lebih bijak memanfaatkan teknologi finansial.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

Keterbatasan Variabel: Penelitian ini hanya fokus pada satu variabel bebas, yaitu penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL), yang memberikan kontribusi sebesar 27,6% terhadap perilaku konsumtif. Artinya, masih ada 72,4% faktor lain yang memengaruhi sifat konsumtif mahasiswa yang belum dibahas dalam penelitian ini.

Keterbatasan Sampel dan Lokasi: Sampel dalam penelitian ini terbatas pada 100 responden mahasiswa di Universitas Nusa Putra saja. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum tentu bisa langsung disamakan (digeneralisasi) untuk menggambarkan seluruh mahasiswa di universitas atau wilayah lain di Indonesia.

Metode Pengumpulan Data: Data penelitian ini sepenuhnya mengandalkan kuesioner *online*. Ada kemungkinan responden mengisi jawaban

secara subjektif atau kurang mencerminkan kondisi nyata yang sebenarnya di lapangan.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan, ada beberapa implikasi penting yang bisa diambil, baik secara teori maupun praktis.

Implikasi Teoretis (Bagi Ilmu Akademik):

Penelitian ini berhasil memperkuat teori akuntansi keperilakuan dan perilaku konsumen terkait teknologi finansial. Hasil ini membuktikan secara nyata bahwa kemudahan akses kredit digital seperti PayLater memiliki hubungan linier yang kuat dalam mengubah cara dan psikologis seseorang dalam berbelanja.

Implikasi Praktis (Bagi Mahasiswa): Temuan ini bisa menjadi pengingat dan bahan evaluasi diri bagi mahasiswa Universitas Nusa Putra agar lebih bijak, menahan diri, dan tidak mudah tergiur dengan sistem "belanja sekarang bayar nanti" yang akhirnya bisa menumpuk utang di masa depan.

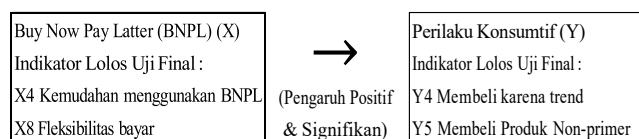
Implikasi Praktis (Bagi Kampus): Hasil penelitian ini bisa menjadi dasar bagi pihak universitas atau organisasi mahasiswa untuk mengadakan program edukasi atau seminar mengenai literasi keuangan digital (*financial literacy*) demi membentuk karakter mahasiswa yang lebih cerdas secara finansial.

Kerangka Pemikiran

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) yang sangat pesat telah mengubah lanskap transaksi keuangan di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa. Salah satu inovasi yang paling diminati saat ini adalah layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), yang pada dasarnya bekerja sebagai fasilitas kredit atau utang digital jangka pendek. Secara konsep akuntansi keperilakuan, kemudahan akses, syarat yang instan, dan fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan oleh BNPL (X) dapat memengaruhi kondisi psikologis dan kontrol diri seseorang dalam berbelanja.

Ketika hambatan finansial instan dihilangkan melalui fitur "belanja sekarang, bayar nanti", rasionalitas mahasiswa dalam membedakan kebutuhan primer dan keinginan impulsif cenderung menurun. Kelonggaran dana yang dirasakan secara semu ini menciptakan ilusi daya beli instan, yang pada akhirnya mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi secara berlebihan atau tidak terencana demi kepuasan sesaat maupun konformitas sosial. Oleh karena itu, secara teoritis terdapat hubungan linier di mana semakin tinggi intensitas penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), maka akan semakin tinggi pula tingkat kecenderungan Perilaku Konsumtif (Y) pada mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan alur logika di atas, model alur hubungan kausalitas antara variabel eksogen (bebas) dan variabel endogen (terikat) dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui diagram kerangka pemikiran berikut:



Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara yang sifatnya teoretis terhadap rumusan masalah penelitian, di mana kebenarannya nanti akan dibuktikan secara nyata melalui pengujian statistik di lapangan. Berdasarkan keselarasan teori akuntansi keperilakuan dan alur logika pada kerangka pemikiran, peneliti menduga bahwa hadirnya layanan kredit digital seperti PayLater memiliki keterikatan yang kuat dalam memicu dorongan belanja mahasiswa yang tidak terencana.

Apabila kemudahan akses dan kelonggaran dana terus diberikan, maka psikologis konsumen muda akan lebih mudah goyah dan cenderung bersikap boros. Oleh karena itu, pengujian statistik dalam penelitian ini diarahkan untuk menguji keabsahan dari dua bentuk hipotesis struktural berikut:

H₀ (Hipotesis Nol): Penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra.

H₂ (Hipotesis Alternatif): Penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra.

Penjelasan Hipotesis Penelitian: Maksud dari penyusunan dua hipotesis di atas adalah sebagai dasar pengujian pada Bab IV nanti menggunakan prosedur *bootstrapping* di SmartPLS 4. Melalui formula ini, jika hasil hitung *T-statistics* menunjukkan angka di atas 1,96 dan *P-value* berada di bawah 0,05, maka secara otomatis Hipotesis Nol (H₀) akan ditolak. Hal tersebut secara ilmiah akan memperkuat posisi peneliti untuk menerima Hipotesis Alternatif (H₂), yang menyatakan secara mutlak bahwa kemudahan syarat dan fleksibilitas cicilan PayLater merupakan mesin penggerak utama di balik tingginya sifat konsumtif mahasiswa, terutama dalam membeli barang karena tren serta produk non-pokok.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring (*online*) kepada responden. Instrumen penelitian ini dirancang menggunakan indikator-indikator yang merepresentasikan variabel Penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) dan Perilaku Konsumtif. Pengukuran jawaban responden menggunakan Skala Likert dengan rentang 1 hingga 5, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju". Data kuantitatif yang terkumpul melalui *Google Forms* dari mahasiswa Universitas Nusa Putra kemudian diolah secara statistik untuk menguji hipotesis penelitian.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena

seluruh data yang dikumpulkan dari kuesioner 100 responden mahasiswa Universitas Nusa Putra akan diwujudkan dalam bentuk angka skor likert, yang kemudian dihitung secara matematis menggunakan analisis statistik. Sementara itu, jenis penelitian asosiatif kausal digunakan karena tujuan utama dari eksperimen ilmiah ini adalah untuk mencari bukti empiris mengenai adanya hubungan sebab-akibat (kausalitas) antara variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*). Dalam konteks penelitian ini, peneliti ingin menguji secara nyata seberapa besar kekuatan pengaruh dari penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) sebagai variabel penyebab (X) terhadap eskalasi kecenderungan Perilaku Konsumtif mahasiswa sebagai variabel akibat (Y).

Teknik Pengumpulan Data

Seluruh data yang telah dihimpun melalui instrumen kuesioner akan diproses menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengevaluasi keterkaitan antara variabel penggunaan *Buy Now Pay Later* dengan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Prosedur pengolahan data dalam penelitian ini menerapkan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Penggunaan teknik ini bertujuan untuk menguji hubungan struktural antar variabel secara lebih mendalam, mulai dari evaluasi model pengukuran (*outer model*) hingga pengujian hipotesis pada model struktural (*inner model*).

Untuk menjamin akurasi, validitas, dan efisiensi dalam perhitungan statistik, peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi terbaru. Pemilihan perangkat lunak ini didasarkan pada kemampuannya yang sangat handal dalam menangani model penelitian kompleks, meskipun dengan ukuran sampel yang terbatas, serta kemampuannya dalam memberikan estimasi yang kuat bagi penelitian yang bersifat prediktif seperti pengaruh layanan kredit digital terhadap pola

konsumsi mahasiswa di Universitas Nusa Putra.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel langkah untuk menjelaskan bagaimana variabel-variabel dalam penelitian ini diukur secara konkret menggunakan indikator-indikator di lapangan. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama yang diteliti, yaitu variabel bebas (*independen*) *Buy Now Pay Later* (BNPL) sebagai variabel X, dan variabel terikat (*dependen*) Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.

Untuk mengukur kedua variabel tersebut, peneliti menggunakan instrumen kuesioner dengan skala Likert.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut data responden mahasiswa Universitas Nusa Putra berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Perempuan	66	66%
2	Laki-laki	34	34%
Total		100	100%

Merujuk pada data yang dipaparkan dalam tabel di atas, penelitian ini melibatkan total 100 responden. Distribusi partisipan didominasi oleh kelompok perempuan dengan jumlah 66 orang (66%), sedangkan responden laki-laki tercatat sebanyak 34 orang (34%). Tingginya persentase keterlibatan mahasiswa perempuan dalam survei ini memberikan indikasi bahwa kelompok tersebut memiliki minat atau intensitas interaksi yang lebih besar terhadap fenomena penggunaan *Buy Now Pay Later* dan perilaku konsumtif di lingkungan kampus.

Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.

Selain klasifikasi berdasarkan jenis kelamin, peneliti juga memetakan karakteristik mahasiswa Universitas Nusa Putra menurut jenjang usia. Adapun rincian persebaran data responden ditinjau dari aspek usia adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1	18-21	58	58%
2	22-25	41	41%
3	>25	1	1%
Total		100	100%

Berdasarkan data yang terhimpun pada Tabel 2, profil responden menurut kelompok usia menunjukkan sebaran yang cukup kontras. Mayoritas pengguna layanan *Buy Now Pay Later* dalam penelitian ini berada pada rentang usia 18 hingga 21 tahun, yakni sebanyak 58 orang atau 58%. Di posisi kedua, terdapat kelompok usia 22 hingga 25 tahun dengan jumlah 41 orang (41%). Sementara itu, responden dengan usia di atas 25 tahun hanya terwakili oleh 1 orang (1%).

Dominasi responden pada kategori usia 18-21 tahun mengindikasikan bahwa tren penggunaan BNPL sangat melekat pada mahasiswa di tahap awal perkuliahan. Secara psikologis dan sosiologis, kelompok usia ini merupakan masa transisi menuju kemandirian finansial, di mana keingintahuan terhadap inovasi keuangan digital dan dorongan untuk memenuhi gaya hidup sangatlah tinggi. Tingginya angka pada kelompok usia produktif muda ini menegaskan bahwa mahasiswa Universitas Nusa Putra yang berada dalam rentang usia remaja akhir hingga dewasa awal menjadi segmen pengguna yang paling aktif dalam mengadopsi kemudahan transaksi berbasis kredit digital.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan

Tahun Akademik

No.	Tahun Akademik	Frekuensi	Presentase
1	2021	3	3%
2	2022	11	11%
3	2023	74	74%
4	2024	12	12%

Distribusi responden berdasarkan tahun akademik di Universitas Nusa Putra menunjukkan pola yang sangat spesifik, sebagaimana dirinci dalam Tabel 3. Mayoritas partisipan dalam penelitian ini berasal dari angkatan 2023, dengan jumlah yang sangat signifikan yaitu 74 responden atau sebesar 74%. Selanjutnya, angkatan 2024 menyumbang 12% (12 orang), disusul oleh angkatan 2022 sebanyak 11% (11 orang), dan angkatan 2021 dengan persentase terkecil yaitu 3% (3 orang).

Dominasi yang sangat mencolok dari mahasiswa angkatan 2023 menunjukkan bahwa kelompok mahasiswa tingkat kedua ini memiliki keterpaparan yang paling tinggi terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* dibandingkan angkatan lainnya. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa mahasiswa yang berada di tengah masa perkuliahan cenderung lebih aktif dalam mengeksplorasi berbagai fitur pembayaran digital untuk mendukung aktivitas akademik maupun kebutuhan gaya hidup di lingkungan kampus. Selain itu, tingginya angka pada angkatan muda (2023 dan 2024) memperkuat asumsi bahwa adopsi teknologi finansial seperti BNPL lebih cepat diterima oleh mahasiswa yang lebih baru, yang umumnya lebih akrab dengan ekosistem e-commerce dan transaksi nontunai.

ANALISIS DESKRIPTIF

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk melihat gambaran umum persepsi dan karakteristik jawaban dari 100 responden mahasiswa Universitas Nusa Putra. Berdasarkan data olah data SmartPLS 4, tidak

ditemukan adanya data yang hilang (*missing values* = 0) pada seluruh indikator, sehingga data dinilai sangat bersih.

Variabel Penggunaan Buy Now Pay Later (BNPL) (X)

Pada variabel X, indikator X2 (Kecepatan proses transaksi) dan X1 (Kemudahan akses teknologi layanan) mencatat nilai rata-rata (mean) tertinggi, yaitu sebesar 3,710 dan 3,700. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sepakat bahwa layanan PayLater sangat praktis dan cepat diakses. Sebaliknya, nilai rata-rata terendah ada pada indikator X8 (2,460) dan X4 (2,500). Hal ini menarik, karena nilai standar deviasi terkecil ada pada indikator X1 yaitu 0,714, yang artinya persepsi mahasiswa mengenai mudahnya akses PayLater ini bersifat homogen atau kompak sama di lapangan.

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Pada variabel Y, indikator Y2 (Membeli di luar batas kapasitas dana) mencatat nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,310. Hal ini mencerminkan bahwa dorongan utama perilaku konsumtif mahasiswa adalah berbelanja melampaui uang saku yang mereka miliki. Namun, karena nilai standar deviasinya paling tinggi yaitu 1,278, jawaban mahasiswa pada poin Y2 ini cenderung heterogen atau bervariasi. Di sisi lain, rata-rata terendah berada pada indikator Y5 (2,520).

Uji Normalitas Data

Meskipun tingkat kemiringan (*skewness*) data dinilai masih wajar, hasil pengujian formal menggunakan *Cramér-von Mises* menunjukkan nilai *P-value* sebesar 0,000 ($p < 0,05$) untuk seluruh indikator. Artinya, data penelitian ini tidak berdistribusi normal secara multivariat. Ketidaknormalan data ini justru menjadi alasan metodologis yang kuat bagi peneliti untuk memilih metode SEM-PLS, karena metode ini bersifat *non-parametric* (*distribution-free*) yang tidak mewajibkan asumsi normalitas data agar

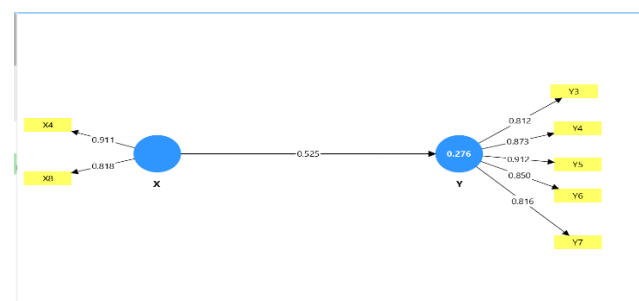
hasil pengujian tetap kuat (*robust*) dan valid.

Indicators	Mean	Std.	Type	Missing	Mean	Std.	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation	Factor loading	Communality	Cronbach's alpha
Indicators 18	X1	1	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
Samples 100	X2	2	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
Missing values 0	X3	3	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X4	4	NET	0	2,500	0,500	1,000	5,000	1,000	5,000	0,500	0,500	0,250	0,500
	X5	5	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X6	6	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X7	7	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X8	8	NET	0	2,460	0,460	1,000	5,000	1,000	5,000	0,460	0,460	0,212	0,460
	X9	9	NET	0	2,460	0,460	1,000	5,000	1,000	5,000	0,460	0,460	0,212	0,460
	X10	10	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X11	11	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X12	12	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X13	13	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X14	14	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X15	15	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X16	16	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X17	17	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920
	X18	18	NET	0	3,710	0,714	3,000	5,000	3,000	5,000	0,714	0,911	0,819	0,920

Gambar Output Analisis Statistik Deskriptif

DIAGRAM JALUR MODEL FINAL

Berdasarkan hasil visualisasi diagram jalur (*path diagram*) pada model final penelitian menggunakan SmartPLS 4, terdapat beberapa komponen utama yang menjelaskan hubungan antar variabel beserta indikator refleksinya. Pada model final ini, terlihat bahwa proses pembersihan data (*purifikasi*) telah selesai dilakukan, di mana variabel X kini hanya direfleksikan oleh dua indikator yang valid yaitu X4 dan X8, sedangkan variabel Y direfleksikan oleh lima indikator yaitu Y3, Y4, Y5, Y6, dan Y7. Seluruh indikator lain yang tidak muncul dalam gambar telah dieliminasi dari model struktural karena tidak memenuhi ambang batas nilai muatan faktor yang dipersyaratkan.



Gambar Diagram Jalur Model Final

EVALUASI OUTER MODEL (VALIDITAS & RELIABILITAS)

Uji Validitas Konvergen dan Diskriminan

Nilai muatan faktor (*outer loading*) untuk variabel X adalah sebesar 0,911 pada indikator

X4 dan 0,818 pada indikator X8. Sementara itu pada variabel Y, nilai *outer loading* tertinggi sebesar 0,912 berada pada indikator Y5. Karena seluruh nilai *outer loading* telah berada jauh di atas batas standar 0,708, maka model pengukuran ini telah memenuhi syarat validitas konvergen yang sangat ideal. Dukungan validitas ini diperkuat oleh nilai AVE, di mana variabel X mencatat nilai sebesar 0,750 dan variabel Y sebesar 0,728 (di atas 0,500). Selanjutnya, uji validitas diskriminan menggunakan pendekatan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) menghasilkan nilai rasio antara variabel Y dan X sebesar 0,650. Nilai ini berada jauh di bawah ambang batas maksimal yaitu 0,850, sehingga validitas diskriminan terpenuhi secara sempurna.

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (A...
X	0.675	0.726	0.857	0.750
Y	0.907	0.915	0.930	0.728

Gambar onstruct reliability and validity

Uji Reliabilitas Konstruk

Aspek reliabilitas model diuji menggunakan indikator *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability* (rho_c). Variabel X memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,675—yang dinilai tetap konsisten dan dapat diterima dalam penelitian perilaku sosial—serta nilai rho_c sebesar 0,857. Untuk variabel Y, tingkat reliabilitas tercatat sangat tinggi dengan nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,907 dan rho_c sebesar 0,930 (di atas 0,700). Dengan demikian, seluruh instrumen pengukuran dinyatakan reliabel dan bebas dari bias.

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - List

	Heterotrait-monotrait ratio (...)	
Y <-> X	0.650	

Gambar discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)

EVALUASI INNER MODEL (UJI HIPOTESIS & R-SQUARE)

Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Berdasarkan hasil estimasi, nilai *R-Square* untuk variabel endogen Y adalah sebesar 0,276. Temuan ini memberikan arti bahwa kontribusi atau kemampuan variasi variabel eksogen X (PayLater) dalam menjelaskan eksistensi variabel endogen Y (Perilaku Konsumtif) adalah sebesar 27,6%. Sementara itu, sisa variasi sebesar 72,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel eksternal lain yang tidak diakomodasi di dalam penelitian ini.

R-square - Overview			
	R-square	R-square adjusted	
Y	0.276	0.268	

Gambar R-Square – Overview

Uji Signifikansi Pengaruh (Path Coefficients)

Berdasarkan hasil parameter estimasi pada tabel *Path Coefficients*, ditemukan bahwa hubungan kausalitas antara variabel X terhadap Y memiliki nilai *Original Sample* (O) bertanda positif sebesar 0,525. Hasil pengujian statistik menunjukkan nilai *T-statistics* sebesar 7,472, yang berada jauh di atas nilai kritis tabel sebesar 1,96 ($T > 1,96$), serta didukung oleh perolehan nilai *P-value* sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil

empiris tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y diterima secara mutlak.

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
X → Y	0.525	0.535	0.070	7.472	0.000

Gambar Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

UJI KELAYAKAN MODEL (MODEL FIT) & PEMBAHASAN

Analisis Kelayakan Model (Model Fit)

Hasil kalkulasi menunjukkan nilai SRMR baik pada *Saturated Model* maupun *Estimated Model* adalah sebesar 0,084. Angka ini memenuhi kriteria kelayakan (*good fit*) karena masih berada di sekitar batas toleransi standar yaitu 0,080 hingga 0,100. Selain itu, nilai *Normed Fit Index* (NFI) yang mencatat angka 0,782 memberikan konfirmasi bahwa model struktural yang dibangun memiliki tingkat keselarasan sebesar 78,2%, nilai yang sudah memadai untuk pemodelan ilmu sosial. Nilai penyimpangan (0,199) dan (0,147) yang kecil juga membuktikan model ini sangat stabil dan layak digunakan.

Model fit			
	Saturated model	Estimated model	
SRMR	0.084	0.084	
d_ULS	0.199	0.199	
d_G	0.147	0.147	
Chi-square	93.258	93.258	
NFI	0.782	0.782	

Gambar model fit

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian struktural menggunakan metode SEM-PLS melalui bantuan *software* SmartPLS 4, penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra. Temuan ini didukung oleh nilai *Original Sample* sebesar 0,525, nilai *T-statistics* sebesar 7,472 (di atas 1,96), serta nilai *P-value* sebesar 0,000 (di bawah 0,05), sehingga Hipotesis Kedua (H_2) diterima secara mutlak. Hubungan searah ini berarti semakin intensif dan mudah mahasiswa menggunakan fitur PayLater, maka akan semakin tinggi pula tingkat kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif di lingkungan kampus. Secara lebih mendalam, daya pikat utama dari layanan PayLater yang paling kuat memengaruhi psikologis mahasiswa bersumber dari indikator kemudahan syarat pengajuan (X4) dan fleksibilitas metode pembayaran (X8). Kedua aspek inilah yang sukses mengaburkan rasionalitas mahasiswa dan menciptakan ilusi daya beli instan, sehingga mendorong mereka melakukan tindakan konsumtif yang berpusat pada indikator membeli barang karena mengikuti tren (Y4) serta membeli produk non-primer atau hobi (Y5) demi pemenuhan gengsi sosial sesaat. Namun, nilai *R-Square* sebesar 0,276 menunjukkan bahwa kontribusi PayLater dalam menggerakkan perilaku konsumtif ini adalah sebesar 27,6%. Sisa variasi yang jauh lebih besar yaitu 72,4% dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal lain di luar penelitian ini, seperti tingkat literasi keuangan, kontrol diri (*self-control*), hingga kondisi sosial ekonomi orang tua.

Saran

Sejalan dengan kesimpulan hasil penelitian yang telah dirumuskan, peneliti mengajukan

beberapa saran strategis yang diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi berbagai pihak terkait. Secara praktis, saran ditujukan pertama kali kepada mahasiswa Universitas Nusa Putra agar dapat menjadikan temuan ini sebagai sarana evaluasi diri dalam mengontrol perilaku belanja. Mahasiswa diharapkan dapat lebih cermat, bijak, dan rasional ketika berinteraksi dengan layanan teknologi keuangan seperti PayLater, serta mulai melatih kontrol diri untuk selalu mendahulukan pemenuhan kebutuhan esensial perkuliahan di atas keinginan impulsif demi menghindari risiko jeratan utang di masa depan. Di sisi lain, mengingat adanya ruang pengaruh faktor eksternal yang sangat besar mencapai 72,4%, pihak manajemen Universitas Nusa Putra maupun organisasi kemahasiswaan disarankan untuk secara berkala menyelenggarakan program edukasi, seminar, atau *workshop* mengenai literasi keuangan digital (*financial literacy*) dan manajemen keuangan pribadi (*personal finance*). Langkah ini sangat krusial untuk membekali mahasiswa dengan kecerdasan finansial yang kuat dalam menghadapi masifnya penetrasi digitalisasi keuangan di area kampus.

Selanjutnya, bagi perkembangan dunia akademis, peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan kajian mendalam pada rumpun akuntansi keperilakuan disarankan untuk memperluas model penelitian ini dengan menambahkan berbagai variabel independen atau moderasi baru. Peneliti masa depan dapat memasukkan variabel-variabel yang belum sempat terungkap dalam model ini, seperti tingkat kontrol diri (*self-control*), gaya hidup (*lifestyle*), pengaruh sosiologis teman sebaya, atau tingkat literasi keuangan individu guna membedah sisa pengaruh variasi sebesar 72,4% yang ditemukan di lapangan. Selain itu, untuk meningkatkan derajat generalisasi hasil penelitian agar tidak hanya berpusat pada satu objek, peneliti selanjutnya juga disarankan

untuk memperluas cakupan wilayah geografis pengumpulan data serta menambah jumlah sampel responden di luar Universitas Nusa Putra, sehingga karakteristik dampak inovasi keuangan digital terhadap psikologi konsumen muda di Indonesia dapat tergambarkan secara lebih utuh, luas, dan akurat.

REFEREENSI

- MASMAN: Master Manajemen Volume. 3, Nomor. 1, Tahun 2025 e-ISSN DOI: <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.685> Available online at: <https://ejournal-nipamof.id/index.php/MASMAN>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Data Akumulasi Utang PayLater di Indonesia per. November 2024*. OJK.
- Sari, A., & Prasetyo, B. (2022). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi muda di era digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 123-135
- Widodo, W. (2021). *Fintech dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi Digital*. 5(1), 45–56. Yuliani, D. (2022). *Pengaruh Buy Now Pay Later (BNPL) terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(3), 112–120.
- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). *Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Sumatera Utara. [ResearchGate](#)
- Nomleni, K. E. J., & Timo, F. T. N. (2024). *Pengaruh Terpaan Konten Iklan Layanan Buy Now Pay Later (BNPL) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Universitas Bunda Mulia. [Undiknas Journal](#)
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu Uang Saku, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang*. *JPE: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71. Universitas Udayana Journal System library.moestopo.ac.id
- Setiyono, D., et al. (2025). *Analisis Financial Technology Payment dan Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sains Indonesia*, 6(2), 45–60. [Dinasti Publisher](#)
- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). *Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era. Belanja Daring Indonesia*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Sumatera Utara.
- Andaiyani, S., Yunisvita, Y., & Tarmizi, N. (2020). *Peran Financial Technology sebagai Alternatif Permodalan bagi UMKM di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir*. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(2), 85-92. [Journal Unrika](#)
- Ansori, M. (2019). *Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap industri keuangan syariah di Jawa Tengah*. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 31-45. [Journal Unrika](#)
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar*. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90.

- Ray, M. J. K., Mashudi, M., & Herkulana, H. (2023). *Pengaruh Penggunaan Fintech Mobile Payment dan Aplikasi Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN*. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 12(3), 1-10.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Statistik Fintech Lending - Desember 2023*. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>
- Amalia, S., & Rosyidi, A. (2024). Pengaruh penggunaan fitur fintech *Buy Now Pay Later* terhadap *impulsive buying* mahasiswa: Peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Digital*, 3(1), 15–28.
- Fauziah, N., & Setiawan, B. (2025). Akuntansi keperilakuan dan digitalisasi: Bagaimana kemudahan akses kredit digital mengubah rasionalitas konsumsi generasi muda. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 10(2), 112–125.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.