



Pengaruh Literasi Keuangan, Emosi, dan Pembelian Kompulsif Terhadap Kecenderungan Berutang Pengguna Paylater di Bogor

Halim Putera Siswanto^{1*}, Priscilla Patricia Kalina², Deni Iskandar³

Universitas Tarumanagara, Indonesia^{1,2}

Universitas Kristen Krida Wacana, Indonesia³

Email: halims@fe.untar.ac.id*, priscilla.115210447@stu.untar.ac.id,

denny.iskandar@ukrida.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, dengan berkembangnya sistem pembayaran non tunai yang mulai banyak digunakan oleh masyarakat. Di tengah aktivitas belanja yang marak dilakukan secara digital atau melalui e-commerce, berbagai jenis pembayaran non-tunai ditawarkan untuk menunjang kemudahan dalam bertransaksi, seperti layanan paylater. Kemudahan dalam menggunakan layanan paylater dalam melakukan transaksi tanpa harus mengeluarkan uang secara langsung melainkan menunda pembayaran ke lain waktu dapat membuat seseorang memiliki perilaku kecenderungan untuk berutang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan, Emosi, dan Pembelian Kompulsif terhadap Kecenderungan Berutang. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 171 responden yang merupakan Generasi Milenial dan Generasi Z yang berdomisili di Bogor dan pernah menggunakan layanan paylater. Data responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS), dengan aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan dan Pembelian Kompulsif berpengaruh positif terhadap Kecenderungan Berutang, sedangkan variabel Emosi mempengaruhi Kecenderungan Berutang secara negatif.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Emosi; Pembelian Kompulsif; Kecenderungan Berutang; Paylater.

Abstract

The development of technology is currently affecting various aspects of life, including the economy, with the development of non-cash payment systems that are starting to be widely used by the public. In the midst of shopping activities that are widely carried out digitally or through e-commerce, various types of non-cash payments are offered to support the ease of transactions, such as paylater services. The convenience of using paylater services in making transactions without having to spend money directly but postpone payments to a later time can make a person have a propensity to indebtedness behavior. This study aimed to examine the influence of Financial Literacy, Emotion, and Compulsive Buying on the Propensity to Indebtedness. The sample in this study amounted to 171 respondents who were Millennials and Generation Z who lived in Bogor and have used paylater services. Respondent data was obtained through a questionnaire using the purposive sampling technique. The data obtained was then processed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS), assisted with SmartPLS 4 software. The results show that there is a positive influence of Financial Literacy and Compulsive Buying on the Propensity to Indebtedness, while Emotion affects the Propensity to Indebtedness negatively.

Keywords: Financial Literacy; Emotion, Compulsive Buying; Propensity to Indebtedness; Paylater.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, salah satunya berdampak pada bidang ekonomi, meliputi perkembangan sistem pembayaran (Salsabil & Sudyasjayanti, 2020). Pembayaran non tunai mulai banyak digunakan oleh

masyarakat global yang menyadari bahwa pembayaran tunai kini tidak lagi efisien (Pratami, 2018). Di tengah aktivitas belanja yang sudah marak dilakukan secara digital atau melalui e-commerce, berbagai macam jenis pembayaran ditawarkan perusahaan untuk menunjang kemudahan dalam bertransaksi, salah satunya melalui layanan paylater, di mana transaksi jual beli dapat dilakukan pada waktu yang sama namun pembayaran dapat dilakukan di lain hari.

Menurut Maghfira et al. (2023), meskipun hutang dapat menjadi media untuk membantu mencapai tujuan keuangan seperti pendanaan dalam rumah tangga atau pendidikan, pengelolaan hutang yang buruk dapat berdampak serius pada masalah keuangan. Patulak et al. (2021) menyatakan, seseorang dapat menjadi terikat untuk menggunakan fasilitas berhutang berupa cicilan atau kredit secara terus menerus akibat kemudahan dalam prosesnya, dibandingkan harus terlebih dahulu menunggu terkumpulnya uang pribadi lalu membayarnya secara tunai. Kenyamanan dalam pemakaian dan mengandalkan pilihan layanan paylater dalam melakukan transaksi tanpa harus mengeluarkan uang secara langsung secara berkelanjutan dapat membuat masyarakat menjadi memiliki perilaku kecenderungan untuk berhutang atau dapat disebut sebagai propensity to indebtedness (Achtziger et al., 2015; Lestari & Kristiyanto, 2018; Silaban et al., 2024).

Badan Pusat Statistik mencatat penduduk usia produktif di Indonesia, yaitu pada jenjang usia 15 hingga 64 tahun pada tahun 2023 berjumlah sekitar 192,67 juta jiwa yang menyatakan bahwa usia produktif masih menduduki persentase yang lebih besar dibandingkan usia non produktif (Badan Pusat Statistik, 2024). Rentang usia atau tahun kelahiran juga dapat dikelompokkan menjadi beberapa generasi, seperti generasi Milenial dan generasi Z (Wijaya & Setyawan, 2024). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2021), generasi Milenial merupakan penduduk yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996, sedangkan generasi Z merupakan penduduk yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Generasi Milenial dan generasi Z lahir dan hidup di zaman pesatnya perkembangan teknologi sehingga mempengaruhi pola pikir dan perilaku konsumen mereka (Rudiwantoro, 2018; Wijaya & Setyawan, 2024).

PT Pefindo Biro Kredit menyatakan per Desember 2023, pengguna aktif layanan paylater atau Buy-Now-Pay-Later mengalami peningkatan sebesar 1,12% dari tahun sebelumnya, yaitu sebanyak 13,4 juta masyarakat Indonesia (Untari, 2024). PT Pefindo Biro Kredit (Untari, 2024) mencatat, pengguna paylater pada tahun 2023 didominasi oleh generasi Milenial dengan rata-rata sebesar 6,99 juta debitur per bulan, sedangkan pengguna generasi Z mencapai 4,59 juta debitur per bulan. Mei 2024, Otoritas Jasa Keuangan melaporkan penyaluran piutang pembiayaan perusahaan dalam pembiayaan Buy-Now-Pay-Later mencapai total 6,81 triliun Rupiah dan secara tahunan mengalami kenaikan 33,64 persen dibandingkan periode sebelumnya (Respati & Djumena, 2024). Laporan Perilaku Pengguna Paylater Indonesia 2024 oleh Kredivo bersama Katadata Insight Center menyatakan bahwa provinsi Jawa Barat menduduki peringkat pertama dalam provinsi dengan pengguna paylater terbanyak selama periode 2021 hingga 2023 baik dalam transaksi online maupun offline (Kredivo - Katadata Insight Center, 2024).

Untuk dapat menghindari risiko kerugian dan penyesalan akibat kesalahan dalam pengelolaan keuangan, penambahan literasi dan kemampuan finansial merupakan hal yang diperlukan untuk dapat mengambil keputusan keuangan yang bijaksana (Marheni, 2020). Literasi keuangan menurut Doosti dan Karampour (2017) meliputi mencatat dan mengendalikan keuangan pribadi, menetapkan tujuan keuangan yang mempengaruhi

pengelolaan keuangan, mengikuti anggaran atau rencana pengeluaran mingguan atau bulanan, dan mengelola pembayaran tagihan tepat waktu. Meskipun literasi keuangan berperan penting dalam hal pengambilan keputusan keuangan, Ottaviani dan Vandone (2010, dalam Widjaja & Pertiwi, 2020) menyatakan bahwa respons emosional dianggap sebagai faktor utama dalam mengambil keputusan finansial. Emosi berkaitan dengan kemampuan individu untuk mengekspresikan emosinya ketika menangani keputusan keuangan (Rahman et al., 2020). Emosi yang berkaitan dengan perilaku kecenderungan untuk berutang meliputi kemarahan, ketakutan, kecemburuan, rasa malu, rasa bangga, gugup, dan lainnya (Azma et al., 2019).

Maraknya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan paylater melalui media sosial yang biasa digunakan oleh generasi milenial maupun generasi Z dengan berbagai penawaran yang menarik dapat membawa seseorang menentukan keputusan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya atau disebut sebagai compulsive buying. Penelitian oleh Iswariyadi et al. (2023), Wahono dan Pertiwi (2020), Prashella dan Leon (2020) menyatakan bahwa pembelian kompulsif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kecenderungan berutang. Semakin mudahnya seseorang melakukan proses transaksi, maka semakin tinggi pula kecenderungan masyarakat untuk melakukan pembelian kompulsif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap kecenderungan berutang, pengaruh emosi terhadap kecenderungan berutang, dan pengaruh pembelian kompulsif terhadap kecenderungan berutang. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoretis berupa kontribusi terhadap pengembangan kajian perilaku keuangan (behavioral finance), khususnya dalam memahami keterkaitan antara literasi keuangan, faktor emosional, dan perilaku pembelian kompulsif terhadap kecenderungan berutang pada penggunaan layanan paylater. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi penyedia layanan paylater, lembaga keuangan, dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi edukasi keuangan, sistem pengendalian risiko, serta perlindungan konsumen yang lebih efektif dan bertanggung jawab. Selain itu, penelitian ini juga memberikan manfaat sosial bagi masyarakat, khususnya pengguna paylater di Bogor, dengan meningkatkan kesadaran akan risiko perilaku konsumtif dan pengelolaan utang yang sehat, sehingga dapat mendorong pengambilan keputusan keuangan yang lebih rasional dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode survei yang mengumpulkan data melalui kuesioner menggunakan Google Form yang disebarikan melalui media sosial. Populasi yang digunakan untuk penelitian ini merupakan seluruh pengguna paylater di kota dan kabupaten Bogor terutama yang merupakan generasi Z dengan rentang tahun kelahiran antara tahun 1997 hingga 2007 dan generasi milenial dengan rentang tahun kelahiran antara tahun 1981 hingga 1996. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan purposive sampling sebagai teknik pemilihan sampel. Jumlah sampel yang diteliti berjumlah 171 responden, yang mencakup Generasi Milenial dan Generasi Z (minimal 17 tahun) yang berdomisili di Bogor dan pernah menggunakan layanan paylater. Hasil pengumpulan data kemudian diolah menggunakan Structural Equation Model (SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas

Validitas pada data penelitian ini terdiri dari validitas konvergen yang salah satunya dapat dilihat dari nilai Average Variance Extracted (AVE), serta validitas diskriminan yang salah satunya dengan uji Heretroit-Monotrait Ratio (HTMT). Sedangkan uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.

Menurut Hair et al. (2014), nilai Average Variance Extracted yang valid harus lebih besar dari 0,5. Berdasarkan hasil olah data pada penelitian ini (Tabel 1) menyatakan bahwa seluruh variabel menghasilkan nilai Average Variance Extracted yang lebih besar dari 0,5. Oleh karena itu, seluruh variabel dapat dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Analisis Validitas Konvergen Nilai Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Emosi	0.564
Kecenderungan Berutang	0.699
Literasi Keuangan	0.590
Pembelian Kompulsif	0.707

Berdasarkan Hair et al., (2022), nilai Heretroit-Monotrait Ratio (HTMT) haruslah lebih kecil dari 0,90. Hasil olah data pada penelitian ini (Tabel 2) menyatakan bahwa nilai seluruh nilai Heretroit-Monotrait Ratio (HTMT) pada masing-masing variabel berada di bawah 0,9 sehingga dapat dinyatakan bahwa nilai Heretroit-Monotrait Ratio (HTMT) telah memenuhi kriteria.

Tabel 2. Hasil Analisis Heretroit-Monotrait Ratio (HTMT)

	EM	KB	LK	PK
EM				
KB	0.104			
LK	0.396	0.291		
PK	0.460	0.544	0.422	

Berdasarkan Haryono (2016), uji reliabilitas dilihat berdasarkan Cronbach's alpha dan Composite reliability dan dapat dianggap reliabel bila nilai Cronbach's alpha dan Composite reliability lebih dari 0,70. Hasil olah data pada penelitian ini (Tabel 3) menyatakan bahwa nilai Cronbach's alpha dan Composite reliability pada masing-masing variabel sudah lebih dari 0,70 sehingga dapat dinyatakan telah memenuhi kriteria.

Tabel 3. Hasil Analisis Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability
Emosi	0.788	0.834
Kecenderungan Berutang	0.890	0.920
Literasi Keuangan	0.775	0.852
Pembelian Kompulsif	0.861	0.906

Hasil Koefisien Determinasi (R-Square)

Hasil uji koefisien determinasi atau R-Square yang ditunjukkan pada Tabel 4, dapat diartikan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah, sehingga variabel Kecenderungan Berutang yang dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan,

Emosi, dan Pembelian Kompulsif sebesar 25,6%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel independen lainnya sebesar 74,4%.

Tabel 4. Hasil Analisis Uji R-Square

Variabel	R-Square
Kecenderungan Berutang	0.256

Hasil Predictive Relevance (Q Square)

Berdasarkan Hair et al. (2014), nilai Q2 lebih besar dari 0 untuk suatu variabel yang dipengaruhi dalam model atau konstruk endogen, artinya model tersebut memiliki relevansi prediktif. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Q2 bernilai lebih dari 0, sehingga dapat diartikan bahwa variabel-variabel antar penelitian ini memiliki relevansi prediktif dan nilai 0,25 menunjukkan bahwa akurasi prediktif model penelitian sedang atau moderat.

Tabel 5. Hasil Analisis Q-Square

Variabel	Q ² Predict
Kecenderungan Berutang	0.250

Hasil Variance Inflation Factor (VIF)

Hasil uji Variance Inflation Factor (VIF) pada Tabel 6 menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai VIF kurang dari 5 yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak berkorelasi dengan variabel independen lainnya.

Tabel 6. Hasil Analisis Variance Inflation Factor

Indikator	VIF	Indikator	VIF
EM1	1.526	LK1	1.953
EM2	1.560	LK2	1.943
EM3	1.531	LK3	1.500
EM4	1.622	LK4	1.528
KB1	2.711	PK1	1.631
KB2	3.328	PK2	2.893
KB3	2.363	PK3	1.942
KB4	2.759	PK4	2.395
KB5	1.446		

Hasil Goodness of Fit

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Goodness of Fit lebih dari 0,36 yang diartikan model penelitian memiliki kecocokan yang sangat baik. Hasil perhitungan menggunakan formula GoF indeks sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{GoF} &= \sqrt{AVE \times R^2} \\
 &= \sqrt{0,64 \times 0,256} \\
 &= 0,4048
 \end{aligned}$$

Hasil Effect Size (F-Square)

Hasil penelitian yang ditunjukkan pada Tabel 7. menunjukkan bahwa variabel Emosi dan Literasi Keuangan terhadap Kecenderungan Berutang memiliki tingkat pengaruh yang lemah,

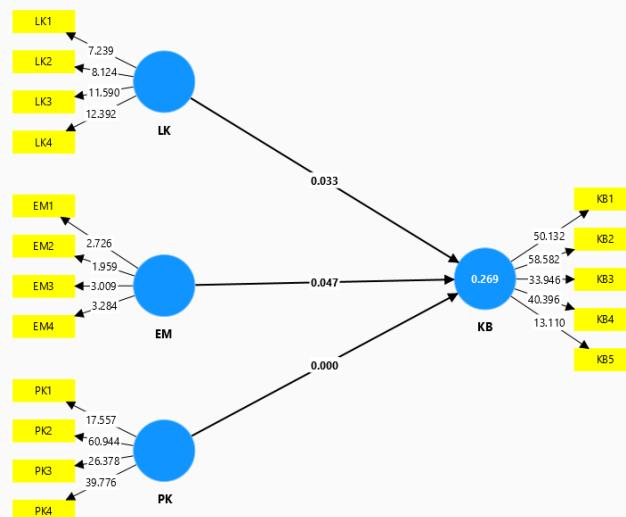
sedangkan variabel Pembelian Kompulsif terhadap Kecenderungan Berutang memiliki tingkat pengaruh yang sedang atau moderat.

Tabel 7. Hasil Analisis F Square

Variabel	EM	KB	LK	PK
Emosi		0.029		
Kecenderungan Berutang				
Literasi Keuangan		0.021		
Pembelian Kompulsif		0.277		

Hasil Path Coefficients dan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ditentukan melalui nilai path coefficient untuk menentukan arah pengaruh positif maupun negatif antar variabel serta nilai t-statistic dan p-value untuk menguji signifikansi antar variabel. Pengujian hipotesis pada aplikasi SmartPLS menggunakan metode Bootstrapping dengan hasil yang tertera pada Gambar 2 dan Tabel 8 berikut ini:



Gambar 1. Hasil Pengujian Hipotesis Menggunakan Metode Bootstrapping

Tabel 8. Hasil Uji Bootstrapping

Variabel	Path Coefficient	t-statistics	p-values
Literasi Keuangan → Kecenderungan Berutang	0,137	2,134	0,033
Emosi → Kecenderungan Berutang	-0,166	1,985	0,047
Pembelian Kompulsif → Kecenderungan Berutang	0,512	6,667	0,000

Hasil Uji Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil uji bootstrapping di SmartPLS 4 pada Tabel 8, variabel Literasi Keuangan memiliki nilai path coefficient sebesar 0,137 yang dapat diartikan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kecenderungan Berutang. Nilai t-statistic variabel Literasi Keuangan lebih besar dari 1,96, yaitu sebesar 2,134 dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,033, yang menandakan bahwa variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini bertentangan dengan hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap kecenderungan berutang, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Doosti dan Karampour (2017) dan Haikal et al. (2023). Namun, tidak sejalan dengan penelitian oleh

Pamungkas et al. (2024), Wahono dan Pertiwi (2020), Yusbardini dan Andnani (2023), Kamalatsyah dan Lutfi (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kecenderungan berutang, serta penelitian oleh Widjaja dan Pertiwi (2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan berutang.

Hasil Uji Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil olah data pada Tabel 8, variabel Emosi memiliki nilai path coefficient sebesar -0,166 yang dapat diartikan bahwa variabel ini memiliki pengaruh negatif terhadap variabel Kecenderungan Berutang. Nilai t-statistic variabel Emosi lebih besar dari 1,96, yaitu sebesar 1,985 dan nilai p-value kurang dari 0,05, yaitu sebesar 0,047, yang menandakan bahwa variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Susilowati dan Lutfi (2024), Satrida dan Lutfi (2024), dan Patulak et al. (2021). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Azma et al. (2019), Selvaraja dan Abdullah (2019), Widjaja dan Pertiwi (2020), yang menyatakan bahwa emosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan berutang.

Hasil Uji Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil olah data pada Tabel 8, variabel Pembelian Kompulsif memiliki nilai path coefficient sebesar 0,512 yang dapat diartikan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kecenderungan Berutang. Variabel Pembelian Kompulsif menghasilkan nilai t-statistic lebih dari 1,96, yaitu sebesar 6,667 dan nilai p-value kurang dari 0,050, yaitu sebesar 0,000, yang menandakan bahwa variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Prashella dan Leon (2020), Iswariyadi et al. (2023), dan Maghfira et al. (2023), Farrenlie dan Pamungkas (2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kecenderungan Berutang, sementara variabel Emosi berpengaruh negatif dan signifikan, dan variabel Pembelian Kompulsif memiliki pengaruh positif terbesar terhadap Kecenderungan Berutang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya, seperti persepsi risiko, materialisme, overconfidence, pendapatan, dan nilai uang, serta memperluas jangkauan dan waktu penelitian dengan melibatkan responden dari wilayah geografis yang berbeda dan menjaga keseimbangan kelompok demografis.

Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat fokus pada aplikasi paylater atau layanan kredit lainnya, seperti kartu kredit dan pinjaman online. Untuk masyarakat, disarankan agar lebih memperhatikan keadaan keuangan pribadi sebelum menggunakan layanan paylater, memanfaatkan aplikasi keuangan untuk mencatat pengeluaran, serta meningkatkan kebiasaan menabung dan pengendalian diri terhadap dorongan berbelanja impulsif. Bagi pemerintah, lembaga keuangan, dan lembaga pendidikan, diharapkan untuk lebih sering melakukan edukasi mengenai literasi keuangan, termasuk manfaat dan risiko utang, cara mengelola utang dengan

bijak, serta pengelolaan stres dan emosi yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Raab, G., Reisch, L., (2015). Debt Out of Control: The Links Between Self-Control, Compulsive Buying, and Real Debts. *Journal of Economic Psychology*. 49, 141-149.
- Azma, N., Rahman, M., Adeyemi, A. A., & Rahman, M. K. (2019). Propensity toward indebtedness: evidence from Malaysia. *Review of Behavioral Finance*, 11(2), 188-200.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2023. Diakses 8 Agustus 2024. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/wvc0mgeymxbkvfuxy25kee9hddzkbqtzkwkvb1p6mdkjmww=/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html?year=2023>
- Badan Pusat Statistik. (2021). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Generasi (Jiwa), 2020. Diakses 20 November 2024. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2>
- Doosti, B. A., & Karampour, A. (2017). The impact of behavioral factors on Propensity toward indebtedness Case Study: Indebted customers of Maskan Bank, Tehran province (Geographic regions: East). *Journal of Advances in Computer Engineering and Technology*, 3(3), 145-152.
- Farrenlie, J. M., & Pamungkas, A. S. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Propensity to Indebtedness Pengguna Shopee Paylater di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 371-380.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., Kuppelwieser, V. G., (2014) "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research", *European Business Review*, Vol. 26 Issue: 2, pp.106-121
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3e). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Haikal, F., Ahmad G. N., Widyastuti U. (2023). Determinant Propensity toward indebtedness in Indonesia. *Global Scientific and Academic Research Journal of Economics, Business and Management*. 2(7), 108-118.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. PT. Intermedia Personalia Utama, Jakarta.
- Iswariyadi, A., Kurniasari, F., Tannady, H., & Kazhim, M. A. (2023). How to Improve the Propensity to Indebtedness of Shopee Paylater Gen Z Users?. *Arkus*, 9(1), 308-312.
- Kamalatsyah, T. A., & Lutfi, L. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko, Orientasi Menabung, dan Literasi Keuangan terhadap Kecenderungan Berhutang dengan Mediasi Pengendalian Diri. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 14(1), 14-24.
- Kredivo, Katadata Insight Center. 2024. Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024. Diakses pada 12 September 2024 dari <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024-Kredivo.pdf>
- Lestari A, A., & Kristiyanto, D. (2018). Pengaruh Orientasi Fashion, Money Attitude dan Self Esteem terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada Remaja (Studi pada Konsumen Produk Telepon Selular di Surabaya). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 4(2), 128.
- Maghfira et al. (2023). Pengaruh Financial Literacy dan Compulsive Buying terhadap

- Propensity to Indebtedness. *Journal of Social and Economics Research*. 5(2), 2156-2168.
- Marheni, D. K. 2020. Analisis Faktor Financial Attitude, Financial Behavior, Financial Knowledge, Propensity To Indebtedness, Compulsive Buying dan Materialism terhadap Financial Literacy di Masyarakat Kota Batam. *Jurnal Rekaman*, 4(2), 210-219.
- Mitta, D., & Pamungkas, A. S. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Materialism, Risk Perception, dan Money Value terhadap Propensity to Indebtedness. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 339-347.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. Literasi Keuangan. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Pamungkas, A. S., Herwindiati, D. E., & Taba, M. I. (2024). Financial Literacy, Risk Perception, Materialism and Propensity to Indebtedness. *International Journal of Application on Economics and Business*, 2(1), 3044-3050.
- Patulak, L. E., Sarita, B., & Hamid, W. (2021). Pengaruh Emosi, Materialisme, Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Pengalaman Keuangan Terhadap Propensity to Indebtedness (Studi Pada Nasabah Kredit Plus Kendari). *JUMBO (Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi)*. 4(3), 31-42.
- Prashella, D. A & Leon, F. M. 2020. Financial Literacy in Millenials Generation in Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Management, Accounting, and Economy (ICMAE 2020)*. 2352-5428.
- Pratami, S. W. (2018). Pengaruh Faktor Persepsi, Sosial-demografi Dan Keuangan Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai (Studi Kasus Pada Pengguna AMPK dan Uang Elektronik di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. 7 (1).
- Rahman, M., Azma, N., Masud, M. A. K., & Ismail, Y. (2020). Determinants of indebtedness: Influence of behavioral and demographic factors. *International Journal of Financial Studies*, 8(1), 8.
- Respati, A. R & Djumena, E. 2024. OJK: Pembiayaan Paylater Tembus Rp 6,8 Triliun Per Mei 2024. <https://money.kompas.com/read/2024/07/15/203700426/ojk--pembiayaan-paylater-tembus-rp-6-8-triliun-per-mei-2024>
- Rudiwanto, A. (2018). Langkah Penting Generasi Millennial Menuju Kebebasan Finansial Melalui Investasi. *Jurnal Moneter*, 5(1), 44-51.
- Sudyasjayanti, C. & Salsabil, S. (2020). Manfaat dan Kemudahan yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan Go Pay Pada Generasi Y di Surabaya. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. 4(2), 310-319.
- Satrida, G., & Lutfi, L. (2024). Pengaruh Pengalaman Keuangan, Emosi, dan Nilai Uang terhadap Kecenderungan Berhutang dengan Mediasi Materialisme. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 9(1), 1-16.
- Selvaraja, M., & Abdullah, A. (2019). Psychological factors effects on Propensity towards Indebtedness by applying the Behavioral Economic Theory: Evidence in Malaysia. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(4), 11824-11830.
- Silaban, C. Y., Fachrudin, K. A., Irawati, N., & Syahyunan, S. (2024). Analysis of the Influence of Financial Literacy, Compulsive Buying, and Income on Debt Behavior.

- Indatu Journal of Management and Accounting, 2(1), 9–18.
- Susilowati, A. A., & Lutfi, L. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko, Emosi, dan Orientasi Menabung, Terhadap Kecenderungan Berhutang: Adakah Moderasi Jumlah Tanggungan? *Distribusi-Journal of Management and Business*, 12(1), 117-132.
- Untari, Pernita Hestin. 2024. Pengguna Paylater di Indonesia 13,4 Juta Orang, Jawa Barat Terbanyak <https://finansial.bisnis.com/read/20240307/563/1747467/pengguna-paylater-di-indonesia-134-juta-orang-jawa-barat-terbanyak>
- Wahono, H. K., & Pertiwi, D. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Materialism, Compulsive Buying terhadap Propensity to Indebtedness. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 1(1), 1-14.
- Widjaja, R., & Pertiwi, D. (2020). The Influence of Emotional Factors, Materialism, Risk Perception, and Financial Literacy on The Tendency of Debt of Millennial Generation in Surabaya. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 1(2), 85-93.
- Wijaya, A. C & Setyawan, I. R. (2024). Peran Financial Literacy Sebagai Mediasi Faktor Penentu Financial Management Behavior Gen Z Di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. 6(2). 391-399.
- Yusbardini, Y., & Andnani, K. W. (2023). Determination of Propensity to Indebtedness. *International Journal of Social Science Research and Review*, 6(12), 128-133.



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