

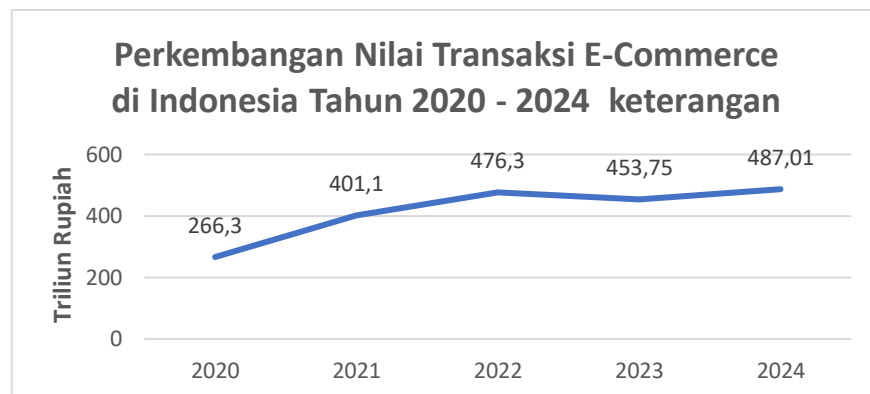
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital di bidang ekonomi sudah membawa peralihan besar terhadap pola konsumsi masyarakat modern. Hal ini terlihat dari semakin tingginya penggunaan *platform e-commerce* serta layanan keuangan digital, salah satunya fitur *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau *paylater*. Dalam situasi ekonomi yang dinamis, layanan ini menawarkan fleksibilitas bertransaksi tanpa memerlukan kartu kredit, sehingga dapat diakses oleh masyarakat secara luas. Kondisi ini menyebabkan *paylater* berkembang bukan hanya sebagai fitur tambahan, tetapi sebagai instrumen pembayaran utama bagi sebagian konsumen. Fenomena ini berdampak besar pada mahasiswa sebagai digital natives yang sangat responsif terhadap kemudahan transaksi digital.

Gambar 1.1 Perkembangan Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia (Triliun Rupiah)



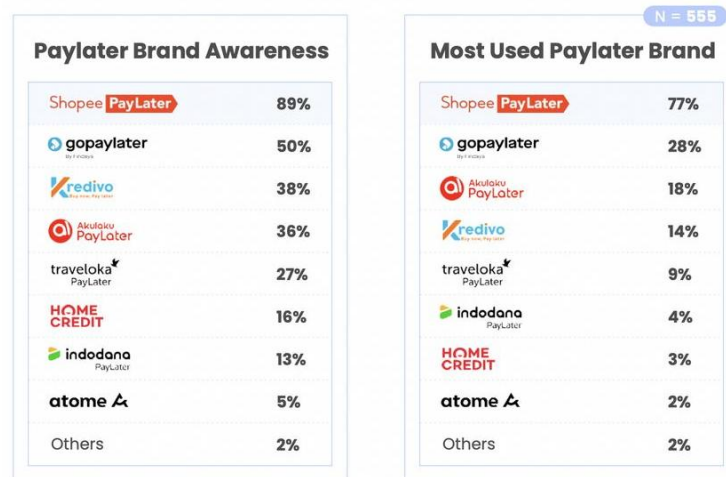
Sumber : Badan Pusat Statistik

Badan Pusat Statistik tahun 2024, total transaksi e-commerce di Indonesia pada tahun 2023 mencapai Rp487,01 triliun atau mengalami kenaikan sebesar 7,3% dibanding tahun terdahulu. Kenaikan menunjukkan digitalisasi kini makin melekat aktivitas pemenuhan kebutuhan serta pola konsumsi Masyarakat. Peningkatan nilai transaksi ini dipengaruhi oleh kemudahan akses dan kecepatan proses berbelanja secara daring. Selain itu, integrasi layanan pembayaran yang semakin variatif turut memperkuat ekosistem belanja digital. Dengan demikian, perkembangan e-commerce berperan penting dalam memacu penggunaan layanan BNPL.

Seiring berkembangnya ekosistem ekonomi digital, kemunculan financial technology (fintech) turut mendorong transformasi pola konsumsi masyarakat melalui integrasi layanan keuangan berbasis teknologi. Otoritas Jasa Keuangan (2022) mendefinisikan fintech sebagai pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan untuk meningkatkan efisiensi, kemudahan akses, dan inklusi keuangan, yang menjadikannya komponen penting dalam ekosistem e-commerce. Salah satu bentuk inovasi financial technology (fintech) yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia adalah layanan BNPL. Layanan ini merupakan metode pembiayaan digital yang memberi kemudahan untuk pembeli mendapatkan barang atau jasa dahulu, kemudian melaksanakan pendanaan pada waktu yang telah ditentukan tanpa perlu menggunakan kartu kredit. Kemudahan jangkauan, tahapan verifikasi cepat, fleksibilitas pembayaran, serta integrasi langsung platform belanja mendorong tingginya adopsi BNPL, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai digital natives. Bank Indonesia (2024) mendata volume transaksi BNPL pada tahun 2023 hingga Rp36,93 triliun dengan pertumbuhan tahunan sebesar 123,59%, yang

menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan layanan ini. Walaupun menawarkan kemudahan dalam bertransaksi, layanan BNPL dapat mengurangi pertimbangan finansial maupun psikologis saat konsumen mengambil keputusan pembelian. Kondisi tersebut berpotensi mendorong munculnya peningkatan perilaku konsumtif pada penggunanya.

Gambar 1.2 Tingkat Pengenalan Merek dan Tingkat Penggunaan Aplikasi PayLater di Indonesia.



Sumber : *Populix*

Shopee PayLater menempati posisi sebagai layanan BNPL paling dominan di Indonesia, sebagaimana ditunjukkan oleh tingkat pengenalan merek (*top of mind awareness*) sebesar 89 persen dan tingkat penggunaan mencapai 77 persen. Tingginya tingkat penetrasi ini mengindikasikan bahwa fasilitas pembayaran instan telah terinternalisasi dalam praktik konsumsi digital masyarakat, khususnya pada kelompok usia muda (18 – 25 tahun) yang cenderung adaptif terhadap kemudahan teknologi dan integrasi layanan dalam platform belanja daring. Dominasi tersebut tidak hanya mencerminkan perubahan preferensi terhadap metode pembayaran, tetapi juga membawa implikasi signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa.

Kemudahan aktivasi, proses transaksi yang sederhana, serta ketersediaan limit kredit tanpa persyaratan administratif yang kompleks berpotensi menurunkan hambatan kognitif dan psikologis dalam pengambilan keputusan pembelian, sehingga mendorong peningkatan intensitas dan kecenderungan konsumsi dikalangan mahasiswa. Kondisi ini berpotensi memperkuat kecenderungan Perilaku Konsumtif dan meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian impulsif, karena keputusan belanja sering kali dilakukan tanpa pertimbangan rasional mengenai kondisi dan kapasitas finansial. Selain itu, kemudahan akses terhadap kredit jangka pendek dapat memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk risiko akumulasi tagihan dan potensi ketidaktepatan waktu dalam memenuhi kewajiban pembayaran. Dengan demikian, dominasi Shopee PayLater tidak hanya menunjukkan keberhasilan layanan ini sebagai instrumen pembayaran digital, tetapi juga mencerminkan adanya pergeseran mendasar dalam dinamika perilaku konsumsi mahasiswa di era digital yang semakin dipengaruhi oleh kemudahan kredit serta sistem pembayaran berbasis penangguhan.

Otoritas Jasa Keuangan (2022) mencatat adanya kesenjangan besar antara literasi keuangan dan inklusi keuangan kalangan usia 18 hingga 25 tahun. Tingkat literasi keuangan hanya 40,5% sementara inklusi keuangan mencapai 91,2%, menunjukkan bahwa akses ke layanan keuangan tidak diimbangi pemahaman yang memadai. Kesenjangan tersebut berpotensi menimbulkan moral *hazard*, khususnya pada penggunaan kredit digital seperti paylater. Meskipun indeks literasi keuangan

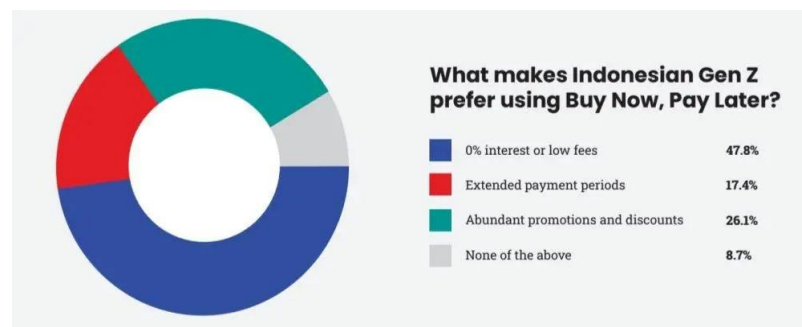
nasional mengalami peningkatan, berbagai studi melihat perilaku konsumtif di kelompok mahasiswa masih relatif tinggi.

Perilaku Konsumtif menurut Amiroh dan Laili (2023) yakni kecenderungan seseorang melaksanakan pembelian lebih dipicu oleh harapan daripada keperluan dasar, yang tercermin melalui tindakan membeli secara berlebihan demi memperoleh kepuasan sesaat tanpa mempertimbangkan urgensi maupun kegunaan barang tersebut, sehingga keputusan konsumsi lebih banyak didasarkan pada dorongan emosional daripada penalaran rasional. Ketidaksejajaran antara keinginan dan kebutuhan ini turut berkaitan dengan orientasi pada aspek hedonis, kenyamanan, serta pencarian *prestise*, sebagaimana diuraikan oleh Rachmasari & Wikartika (2025) yang menjelaskan bahwa Perilaku Konsumtif tampak pada pola hidup yang cenderung mewah dan berlebihan.

BPS (2024) melaporkan bahwa meningkatnya transaksi *e-commerce* menempatkan mahasiswa dalam ekosistem digital yang sangat memfasilitasi pola konsumsi cepat, instan, dan berulang, sehingga dorongan spontan, impuls emosional, paparan media sosial, serta dinamika lingkungan pergaulan semakin memperkuat kecenderungan konsumtif. OJK (2022) menjelaskan bahwa ketidakseimbangan antara meningkatnya inklusi keuangan dan minim literasi keuangan mahasiswa menyebabkan rentan pada Perilaku Konsumtif tidak terkendali, khususnya dengan hadirnya layanan *paylater* seperti Shopee PayLater yang menurunkan hambatan psikologis saat berbelanja dan memunculkan persepsi keliru mengenai kapasitas finansial. Utomo et al. (2023) menemukan Gaya Hidup konsumtif serta penggunaan *paylater* signifikan meningkatkan Perilaku Konsumtif

mahasiswa. Zein dan Sartika (2024) menemukan bahwa kemudahan penggunaan layanan paylater tetap dapat memicu perilaku pembelian berlebihan, walaupun mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup baik. Oleh karenanya, perilaku konsumtif mahasiswa dapat dikendalikan keterkaitan antara aspek psikologis, lingkungan sosial, serta kemudahan mengakses layanan keuangan digital.

Gambar 1.3 Laporan Indonesia Gen Z report Terikat Paylater



Sumber : IDN Research Institute

Fenomena tersebut diperjelas oleh temuan *IDN Research Institute* (2024) yang mengindikasikan bahwa preferensi Gen Z terhadap layanan PayLater terutama didorong oleh beberapa faktor utama, yaitu penawaran bunga 0% atau biaya rendah sebesar 47,8%, keberlimpahan promosi dan diskon sebesar 26,1%, serta fleksibilitas periode pembayaran sebesar 17,4%. Kondisi tersebut turut berdampak pada meningkatnya risiko keuangan. Berdasarkan laporan *IdScore* tahun 2023, generasi Z tercatat menyumbang berkisar Rp460 miliar terhadap total kredit macet nasional hingga Rp2,12 triliun hingga Desember 2023. Pola menunjukkan bahwa kemudahan akses layanan kredit jangka pendek mendorong Perilaku Konsumtif,

terutama ketika individu melakukan pembelian barang yang sedang tren tanpa perencanaan keuangan yang memadai. Di kalangan mahasiswa, kecenderungan tersebut semakin nyata karena paparan intens terhadap promosi digital dan tren media sosial membuat mereka kesulitan mengendalikan dorongan belanja, sehingga Penggunaan Shopee PayLater tidak hanya meningkatkan frekuensi konsumsi, tetapi juga memperbesar potensi timbulnya beban finansial yang tidak diantisipasi.

Tabel 1.1 Hasil Prasurvei Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur (n = 31 responden)

No	Variabel	Pernyataan	Ya (%)	Tidak (%)
1	Impulsive Buying (X1)	Saya pernah membeli barang secara tiba-tiba tanpa perencanaan	87,1	12,9
2	Pengendalian Diri (X2)	Saya sering mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan saat berbelanja	48,4	51,6
3	Gaya Hidup (X3)	Saya merasa gaya hidup memengaruhi keputusan saya dalam berbelanja	74,2	25,8
4	Perilaku Konsumtif (Y)	Saya pernah merasa pengeluaran saya meningkat akibat kemudahan pembayaran digital	96,8	3,2
5	Penggunaan Shopee PayLater (Z)	Keberadaan Shopee PayLater membuat saya lebih mudah mengambil keputusan pembelian	93,5	6,5

Sumber : Data pra-survei diolah peneliti (2026)

Melalui data pra-survei yang telah diisi oleh 31 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, diperoleh gambaran awal mengenai pola perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa 87,1% responden pernah pembelian secara tiba-tiba tanpa perencanaan, yang mencerminkan adanya kecenderungan *impulsive buying* dalam aktivitas belanja mahasiswa. Selanjutnya, 48,4% responden

menyatakan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan saat berbelanja, menandakan sebagian mahasiswa tetap menjalani rintangan mengendalikan dorongan konsumsi. Dari sisi gaya hidup, 74,2% responden menyatakan bahwa gaya hidup memengaruhi keputusan berbelanja, sehingga preferensi dan tren sosial turut berperan dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Selain itu, 96,8% responden merasakan peningkatan pengeluaran seiring dengan kemudahan pembayaran digital, serta 93,5% responden menyatakan bahwa keberadaan Shopee PayLater memudahkan pengambilan keputusan pembelian. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa terdapat kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa FEB UPN Veteran Jawa Timur, yang berkaitan dengan perilaku pembelian impulsif, tingkat pengendalian diri, gaya hidup, serta penggunaan Shopee PayLater, maka fenomena tersebut selaras dalam diamati lanjutan.

Berdasarkan telaah pada penelitian-penelitian terdahulu, perilaku konsumtif mahasiswa telah banyak dikaji melalui berbagai variabel yang merepresentasikan faktor internal maupun eksternal individu. Dwipa & Yuniningsih (2023) meneliti perilaku pembelian impulsif melalui penggunaan variabel literasi keuangan, pengendalian diri, persepsi risiko, serta persepsi kemudahan penggunaan pada konteks penggunaan Shopee PayLater. Selanjutnya, Fatmawati & Suwaidi (2025) menganalisis dampak gaya hidup serta literasi keuangan pada perilaku konsumtif konsumen financial technology (fintech) menjadi variabel moderasi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Lestari & Haris (2024) menggunakan variabel dampak sosial, gaya hidup, pengendalian diri untuk menganalisis perilaku konsumtif pembelian

dengan Shopee PayLater. Merujuk temuan dan variabel yang dipergunakan pada studi tersebut, penelitian mengadopsi impulsive buying, pengendalian diri, dan gaya hidup sebagai variabel independen, perilaku konsumtif mahasiswa menjadi variabel terikat, pemakaian Shopee PayLater menjadi variabel moderasi. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan Icek Ajzen pada tahun 1991. Teori tersebut menjabarkan perilaku seseorang dikendalikan tiga elemen penting, yaitu sikap pada perilaku, norma subjektif, perceived behavioral control. Ketiga elemen tersebut bersamaan membangun niat perilaku kemudian memengaruhi tindakan nyata seseorang.

Menurut Hirliana dan Putri (2024), penggunaan Shopee PayLater merupakan bentuk inovasi layanan keuangan digital disiapkan platform e-commerce Shopee untuk mempermudah pengguna dalam melaksanakan transaksi dengan sistem Buy Now Pay Later (BNPL). Sementara itu, penelitian Asmara dkk. (2023) menyebut pemakaian Shopee PayLater dikendalikan kemudahan penggunaan layanan, kegunaan yang dirasa dalam memenuhi kebutuhan konsumsi, serta adanya pengaruh sosial dari lingkungan sekitar pengguna. Selain faktor kemudahan dan manfaat praktis, penggunaan Shopee PayLater juga dapat dipicu oleh dorongan dari teman maupun keluarga yang mendorong individu mengikuti tren belanja tertentu sehingga kecenderungan berperilaku konsumtif semakin meningkat.

Studi sebelumnya Safariyant dan Santoso (2024) melihat pemakaian Shopee PayLater tidak mempunyai dampak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, variabel promosi penjualan serta gaya hidup hedonis terbukti

berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif. Berlandaskan temuan sebelumnya, penulis melakukan analisis mengenai peran penggunaan Shopee PayLater menjadi variabel moderasi pada korelasi impulsive buying, pengendalian diri, gaya hidup pada perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Impulsive Buying menurut Fahriansah et al. (2023) menyatakan bahwa *Impulsive Buying* yakni pembelian muncul spontan tanpa perencanaan atau penimbangan rasional, yang umumnya ditimbulkan rangsangan eksternal berupa promosi, tampilan produk, atau visual memikat sehingga mendorong konsumen membeli tanpa memikirkan kebutuhan sebenarnya. TPB (Ajzen, 1991), *Impulsive Buying* muncul menjadi respons spontan yang dikendalikan sikap positif pada belanja, norma sosial menyokong konsumsi, kontrol diri yang rendah, terutama pada lingkungan digital yang mempermudah transaksi. Sejalan dengan Ellyawati dan Br Tarigan (2024), pembelian impulsif yang dilakukan tanpa pertimbangan kebutuhan dan kondisi finansial cenderung memperkuat Perilaku Konsumtif, sehingga semakin tinggi *Impulsive Buying*, semakin besar kecenderungan individu berPerilaku Konsumtif.

Beberapa studi yang dilakukan oleh Ellyawati dan Br Tarigan (2024); Chaniago & Suwaidi (2024) melihat *Impulsive Buying* berdampak positif pada Perilaku Konsumtif, khususnya pada pengguna e-commerce dan mahasiswa, sedangkan studi lain yang dilaksanakan Sitanggang et al., (2025); Fridayanti et al., (2024) *Impulsive Buying* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap *Perilaku Konsumtif* atau dapat ditekan oleh faktor internal individu seperti regulasi diri dan kemampuan pengelolaan keuangan. Selain itu

pada penelitian lain peran Penggunaan Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif dengan pengaruh *Impulsive Buying* yang dilakukan oleh Nugroho & Darmawan (2023); Rachmasari & Wikartika (2025) menyatakan bahwa kemudahan Shopee PayLater memperkuat pengaruh *Impulsive Buying* terhadap Perilaku Konsumtif karena menurunkan hambatan psikologis dan finansial dalam melakukan pembelian. Sementara itu, studi Wiyono dkk. (2023) melihat pemakaian Shopee PayLater tidak memberikan dampak signifikan pada pembelian impulsif pada platform Shopee, walaupun variabel viral marketing serta flash sale terbukti berdampak signifikan pada perilaku impulsif responden dalam berbelanja. Bedanya temuan melihat terdapat inkonsistensi hasil mengenai kontribusi Shopee PayLater dihubungan *impulsive buying* serta perilaku konsumtif. Beberapa penelitian mendapati layanan paylater mampu memperkuat perilaku konsumtif, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa layanan tersebut tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*.

Pengendalian Diri menurut Anggraini dan Hudaniah (2023) merupakan kemampuan individu dalam mengatur, mengarahkan, dan menahan dorongan yang tidak selaras dengan tujuan jangka panjang, sementara Lumbantobing dan Siagian (2023) menegaskan bahwa dalam konsumsi digital, kemampuan ini berperan penting dalam mencegah pembelian berlebihan di tengah berbagai stimulus seperti promo, diskon, dan kemudahan transaksi. Ajzen (1991) TPB menyatakan keyakinan individu pada kemampuan mengendalikan perilaku menentukan sejauh mana seseorang mampu menahan dorongan berbelanja. Sementara itu penelitian lain dilaksanakan Putri dan Santoso (2023) menemukan Pengendalian Diri

memengaruhi keputusan konsumsi melalui proses pertimbangan rasional, sehingga individu dengan kontrol diri kuat cenderung menghindari pembelian impulsif dan Perilaku Konsumtif, sedangkan mereka mempunyai kurangnya kontrol diri lebih cepat terpengaruh dorongan emosional dan stimulus eksternal.

Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Wijaya dan Yuniningsih (2025), melihatkan pengontrolan diri memiliki pengaruh negatif pada perilaku konsumtif. Maknanya, makin baik kompetensi individu mengontrol diri, kecondongan berperilaku konsumtif akan semakin rendah. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian Jain (2023) juga menemukan bahwa self-control berdampak signifikan mengurangi perilaku konsumtif. Di sisi lain, penelitian mengenai peran pemakaian Shopee PayLater pada perilaku konsumtif dipengaruhi pengendalian diri menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian Hilwana dkk. (2022) serta Palado (2024) menyatakan bahwa layanan paylater dapat memperkuat pengaruh rendahnya pengendalian diri terhadap meningkatnya perilaku konsumtif. Namun, penelitian Safariyant dan Santoso (2024) melihatkan Shopee PayLater tidak memberi dampak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga tidak mampu memperkuat dampak rendahnya pengendalian diri terhadap perilaku tersebut. Pengendalian Diri cenderung menekan Perilaku Konsumtif, efektivitasnya dapat berubah ketika individu menggunakan Shopee PayLater, karena beberapa penelitian menunjukkan layanan ini dapat memperkuat dampak rendahnya kontrol diri sementara studi lain justru menemukan bahwa PayLater tidak memengaruhi hubungan tersebut.

Sari dan Lestari (2022) menjelaskan bahwa Gaya Hidup menggambarkan pola kegiatan, minat, dan preferensi memengaruhi teknik seseorang memenuhi kebutuhan, termasuk kecenderungan mahasiswa mengikuti tren dan membeli produk sebagai simbol identitas diri. Ajzen (1991) TPB menegaskan Gaya Hidup mendorong Perilaku Konsumtif melalui terbentuknya sikap positif terhadap belanja, tekanan norma subjektif dari lingkungan, serta *perceived behavioral control* yang meningkat akibat kemudahan transaksi digital. Wijaya dan Yuniningsih (2025) menemukan gaya hidup berdampak positif signifikan pada perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa karena konsumsi dianggap sebagai sarana aktualisasi dan simbol status, sehingga pola hidup modern yang berbasis tren cenderung menggerakkan seseorang melaksanakan pembelian tidak terus dilandaskan dikeperluan.

Beberapa studi Wijaya dan Yuniningsih (2025), serta Fatmawati dan Suwaidi (2025), melihat gaya hidup mempunyai dampak positif signifikan pada perilaku konsumtif. Kebalikannya, studi Rif'ati dan Malahati (2025) menemukan gaya hidup justru berdampak negatif signifikan pada perilaku konsumtif. Perbedaan hasil menunjukkan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif tidak bersifat tetap, melainkan dikendalikan karakteristik gaya hidup dimiliki individu. Gaya hidup mengutamakan kesederhanaan atau prinsip minimalis cenderung menekan perilaku konsumsi berlebihan, sedangkan gaya hidup yang berorientasi pada kemewahan dan materialisme dapat meningkatkan perilaku konsumtif. Selain itu, beberapa penelitian mengenai peran penggunaan Shopee PayLater pada korelasi gaya hidup serta perilaku konsumtif juga menunjukkan hasil berbeda. Studi Astuti

dan Wardani (2025), serta Alghifari dan Firman (2025), menyatakan Shopee PayLater mampu memoderasi signifikan korelasi gaya hidup dan perilaku konsumtif, maka pemakaian layanan paylater menguatkan dampak gaya hidup berbelanja pada perilaku konsumtif. Namun, studi Girsang dan Dewi (2024) melihat pemakaian Shopee PayLater tidak berdampak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa, maka tidak memperkuat maupun memoderasi korelasi gaya hidup dan perilaku konsumtif. Berdasarkan adanya perbedaan temuan terdahulu, penelitian ini memasukkan penggunaan Shopee PayLater sebagai variabel moderasi. Variabel tersebut dipilih karena sistem pembayaran tertunda yang ditawarkan berpotensi memengaruhi kuat atau lemahnya korelasi impulsive buying, pengendalian diri, gaya hidup pada perilaku konsumtif.

Berdasarkan research gap studi terdahulu, ditemukan bedanya temuan terkait dampak Impulsive Buying, Pengendalian Diri, Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif, khususnya konteks Penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa. Bedanya studi ini dan studi terletak berada diperiode penelitian lebih baru serta penggunaan variabel yang disesuaikan dengan fenomena digital, dimana layanan *Buy Now Pay Later* menjadi semakin berkembang dan banyak digunakan oleh mahasiswa. Karenanya, dibutuhkan studi lanjutan guna memperoleh pemahaman lebih komprehensif terkait peran *Impulsive Buying*, Pengendalian Diri, Gaya Hidup mendorong Perilaku Konsumtif mahasiswa memanfaatkan Shopee PayLater. Mahasiswa sebagai kelompok yang memiliki kedektatan tinggi dengan teknologi digital intensitas paparan promosi daring yang tinggi berorientasi menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif. Pendalaman pada aspek diharap

dapat jadi landasan perumusan strategi edukasi keuangan maupun intervensi yang tepat, sehingga mahasiswa mampu mengelola Penggunaan Shopee PayLater secara lebih bijak dan meminimalkan risiko keuangan dimasa mendatang. Maka dengan itu, peneliti penting untuk mengkaji **“Pengaruh *Impulsive Buying*, Pengendalian Diri, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan Penggunaan Shopee PayLater sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang, rumusan masalah berupa:

1. Bagaimana pengaruh *Impulsive Buying* terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur?
2. Bagaimana pengaruh Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur?
3. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur?
4. Apakah Penggunaan Shopee PayLater memoderasi pengaruh *Impulsive Buying* terhadap Perilaku Konsumtif?
5. Apakah Penggunaan Shopee PayLater memoderasi pengaruh Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif?
6. Apakah Penggunaan Shopee PayLater memoderasi pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian tujuannya mencakup:

1. Menganalisis pengaruh *Impulsive Buying* terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Menganalisis pengaruh Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Menganalisis pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Menganalisis peran moderasi Penggunaan Shopee PayLater pada hubungan antara *Impulsive Buying* dan Perilaku Konsumtif.
5. Menganalisis peran moderasi Penggunaan Shopee PayLater pada hubungan antara Pengendalian Diri dan Perilaku Konsumtif.
6. Menganalisis peran moderasi Penggunaan Shopee PayLater pada hubungan antara Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang harapannya meliputi:

1. Penelitian harapannya mampu menambah wawasan terkait Penggunaan Shopee PayLater dalam memoderasi pengaruh *Impulsive Buying*, Pengendalian Diri, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa feb upn veteran jawa timur.

2. Temuan ini diharapkan mampu sebagai bahan referensi serta sebagai acuan untuk lanjutan terutama pembahasan tentang Perilaku Konsumtif.