

**SKRIPSI**

**PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *MATERIALISM*,  
*MONEY VALUE*, DAN *COMPULSIVE BUYING*  
TERHADAP *PROPENSITY TO INDEBTEDNESS***



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : JESSLYN MIRABEL FARRENLIE**

**NIM : 115200086**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *FINANCIAL LITERACY, MATERIALISM, MONEY VALUE, DAN COMPULSIVE BUYING* TERHADAP *PROPENSITY TO INDEBTEDNESS***



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : JESSLYN MIRABEL FARRENLIE**

**NIM : 115200086**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2024**

# SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Jesslyn Mirabel Farrenlie  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115200086  
Program Studi : S1 Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 19 Desember 2023



Jesslyn Mirabel Farrenlie

### Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : Jesslyn Mirabel Farrenlie  
NIM : 115200086  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : Manajemen Keuangan  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Financial Literacy*, *Materialism*,  
*Money Value*, dan *Compulsive Buying* terhadap  
*Propensity to Indebtedness*

Jakarta, 18 Desember 2023

Pembimbing,



(Ary Satria Pamungkas, S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : Jesslyn Mirabel Farrenlie  
NIM : 115200086  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Financial Literacy*, *Materialism*,  
*Money Value*, dan *Compulsive Buying* terhadap  
*Propensity to Indebtedness*

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 11 Januari 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dra. Khairina Natsir, M.M.
2. Anggota Penguji : Oey Hannes Widjaja, S.E., M.M., MIKOM.

Jakarta, 24 Januari 2024

Pembimbing,



(Ary Satria Pamungkas, S.E., M.M.)

## ***ABSTRACT***

**TARUMANAGARA UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
JAKARTA**

- (A). JESSLYN MIRABEL FARRENLIE (115200086)
- (B). *THE EFFECT OF FINANCIAL LITERACY, MATERIALISM, MONEY VALUE, AND COMPULSIVE BUYING ON PROPENSITY TO INDEBTEDNESS*
- (C). xvii + 141 pages, 24 tables, 12 pictures, 6 attachments
- (D). *FINANCIAL MANAGEMENT*
- (E). *Abstract: This study aims to determine the effect of financial literacy, materialism, money value, and compulsive buying on propensity to indebtedness. The samples taken was 360 Generation Z users of Shopee PayLater and domiciled in Jakarta. Data was collected through a questionnaire using a purposive sampling technique. The collected data was then processed using the PLS-SEM data analysis method. The results of this study indicate that there is a negative influence of financial literacy on propensity to indebtedness, there is a positive influence of materialism on propensity to indebtedness, and there is a positive influence of compulsive buying on propensity to indebtedness. However, there is no influence of money value on propensity to indebtedness.*
- (F). *Keywords: Financial Literacy, Materialism, Money Value, Compulsive Buying, Propensity to Indebtedness*
- (G). *References: 95 (1975 – 2023)*
- (H). Ary Satria Pamungkas, S.E., M.M.

## ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

- (A). JESSLYN MIRABEL FARRENLIE (115200086)
- (B). PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *MATERIALISM*, *MONEY VALUE*, DAN *COMPULSIVE BUYING* TERHADAP *PROPENSITY TO INDEBTEDNESS*
- (C). xvii + 141 halaman, 24 tabel, 12 gambar, 6 lampiran
- (D). MANAJEMEN KEUANGAN
- (E). Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, *materialism*, *money value*, dan *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness*. Sampel yang diambil adalah 360 Generasi Z pengguna Shopee PayLater dan berdomisili di Jakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan metode analisis data PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh negatif *financial literacy* terhadap *propensity to indebtedness*, terdapat pengaruh positif *materialism* terhadap *propensity to indebtedness*, dan terdapat pengaruh positif *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness*. Namun, tidak terdapat pengaruh *money value* terhadap *propensity to indebtedness*.
- (F). Kata Kunci: Literasi Keuangan, Materialisme, Nilai Uang, Pembelian Kompulsif, Kecenderungan Berutang
- (G). Daftar Pustaka: 95 (1975 – 2023)
- (H). Ary Satria Pamungkas, S.E., M.M.

## HALAMAN MOTTO

*“We’ll find a way, we always have. If there’s no way, let’s draw a map, the whole map again.”*

(Kim Namjoon)



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya kecil dan sederhana ini, saya persembahkan untuk:

Diri saya sendiri,

Kedua orang tua,

Almamater.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih, berkat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Financial Literacy, Materialism, Money Value*, dan *Compulsive Buying* terhadap *Propensity to Indebtedness*” dengan baik dan tepat waktu guna memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis menyadari adanya berbagai tantangan dan kesulitan. Pada kesempatan ini, dengan tulus hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan, semangat, motivasi, dan doa selama perjalanan penyelesaian skripsi ini. Rasa hormat dan terima kasih yang istimewa ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak Ary Satria Pamungkas, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi, atas dedikasi dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan, ilmu, dan masukan yang berharga kepada penulis. Terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran kepada penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi meski berada di tengah kesibukan.
2. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.M., M.A., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan banyak ilmu, pengetahuan, dan bimbingan kepada penulis selama menjalani perkuliahan di Universitas Tarumanagara.

6. Orang Tua saya tercinta, yaitu Lie Hok Tjuan dan Ong Tanty Yulianty yang selalu mendukung, mendoakan, serta memberikan kasih sayang hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Bangtan Sonyeondan (BTS) yaitu Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook, serta Tulus selaku idola penulis yang selalu menjadi inspirasi dan motivasi penulis selama proses penulisan skripsi melalui karya-karya musiknya.
8. Teman-teman penulis, Vania, Vanesa, Vicly, Charles, Meily, dan Brigitta yang telah menemani dan mendukung satu sama lain sedari awal masa perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
9. Seluruh responden yang telah mengisi dan menyebarkan kuesioner, atas partisipasi, dukungan, dan doa yang diberikan kepada penulis selama proses penelitian.
10. Seluruh teman-teman dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki kekurangan, baik dalam isi, tata bahasa, dan penyusunan, mengingat kemampuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang mendukung dari pembaca untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada para pembaca.

Jakarta, 18 Desember 2023

Jesslyn Mirabel Farrenlie

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah .....	9
3. Batasan Masalah.....	9
4. Rumusan Masalah .....	10
B. TUJUAN DAN MANFAAT .....	10
1. Tujuan .....	10
2. Manfaat .....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. GAMBARAN UMUM TEORI .....	12
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL .....	13
1. <i>Financial Literacy</i> .....	13
2. <i>Materialism</i> .....	15
3. <i>Money Value</i> .....	16
4. <i>Compulsive Buying</i> .....	17

5. <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	18
C. KAITAN ANTARA VARIABEL-VARIABEL.....	19
1. Kaitan antara <i>Financial Literacy</i> dan <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	19
2. Kaitan antara <i>Materialism</i> dan <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	20
3. Kaitan antara <i>Money Value</i> dan <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	21
4. Kaitan antara <i>Compulsive Buying</i> dan <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	22
D. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	37
BAB III METODE PENELITIAN .....	40
A. DESAIN PENELITIAN .....	40
B. POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL .....	41
C. OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN .....	42
1. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) .....	42
2. Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ).....	43
D. ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	48
1. Validitas .....	49
2. Reliabilitas.....	50
E. ANALISIS DATA .....	50
1. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	51
2. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	51
3. <i>Goodness of Fit</i> (GoF) .....	53
4. Pengujian Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN .....	55
1. Jenis Kelamin .....	56
2. Usia .....	56
3. Domisili.....	57
4. Tingkat Pendidikan Terakhir.....	58
5. Tingkat Penghasilan per Bulan .....	59
B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....	59
1. <i>Financial Literacy</i> .....	60
2. <i>Materialism</i> .....	61

3. <i>Money Value</i> .....	62
4. <i>Compulsive Buying</i> .....	63
5. <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	64
C. HASIL ANALISIS DATA .....	65
1. Model Pengukuran ( <i>outer model</i> ) .....	66
2. Model Struktural ( <i>inner model</i> ) .....	71
3. <i>Goodness of Fit</i> (GoF) .....	74
4. Uji Hipotesis.....	75
D. PEMBAHASAN.....	79
1. Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	80
2. Pengaruh <i>Materialism</i> terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	81
3. Pengaruh <i>Money Value</i> terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	82
4. Pengaruh <i>Compulsive Buying</i> terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	83
BAB V PENUTUP .....	85
A. KESIMPULAN.....	85
B. KETERBATASAN DAN SARAN .....	85
1. Keterbatasan.....	85
2. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN.....	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	140
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN .....	141

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Relevan .....	24
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	43
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel <i>Financial Literacy</i> .....	44
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel <i>Materialism</i> .....	45
Tabel 3.4. Operasionalisasi Variabel <i>Money Value</i> .....	46
Tabel 3.5. Operasionalisasi Variabel <i>Compulsive Buying</i> .....	47
Tabel 3.6. Skala <i>Likert</i> Variabel .....	48
Tabel 4.1. Tanggapan Responden terhadap Pernyataan <i>Financial Literacy</i> .....	60
Tabel 4.2. Tanggapan Responden terhadap Pernyataan <i>Materialism</i> .....	61
Tabel 4.3. Tanggapan Responden terhadap Pernyataan <i>Money Value</i> .....	62
Tabel 4.4. Tanggapan Responden terhadap Pernyataan <i>Compulsive Buying</i> .....	63
Tabel 4.5. Tanggapan Responden terhadap Pernyataan <i>Propensity to Indebtedness</i> .....	64
Tabel 4.6. Hasil Analisis <i>Loading Factors</i> .....	67
Tabel 4.7. Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> .....	68
Tabel 4.8. Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i> .....	68
Tabel 4.9. Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker</i> .....	69
Tabel 4.10. Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i> .....	70
Tabel 4.11. Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	71
Tabel 4.12. Hasil Analisis <i>Effect Size</i> .....	72
Tabel 4.13. Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i> .....	72
Tabel 4.14. Hasil Uji Analisis <i>Path Coefficient</i> .....	74
Tabel 4.15. Hasil Perhitungan Rata-Rata AVE dan $R^2$ .....	74
Tabel 4.16. Hasil Signifikansi atau uji-t.....	76
Tabel 4.17. Hasil Rekapitulasi Pengujian Hipotesis .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Persentase Pengguna Shopee PayLater Tahun 2019-2021 .....	2
Gambar 1.2. Persentase Gagal Bayar PayLater Generasi Z .....	4
Gambar 2.1. <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	13
Gambar 2.2. Model Penelitian .....	39
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	57
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	58
Gambar 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan per Bulan .....	59
Gambar 4.6. Model Struktural .....	66
Gambar 4.7. Hasil Uji Metode PLS <i>Algorithm</i> .....	73
Gambar 4.8. Hasil Uji Metode <i>Bootstrapping</i> .....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner .....	97
Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden .....	106
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Subjek Penelitian .....	122
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Objek Penelitian .....	124
Lampiran 5. Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> .....	136
Lampiran 6. Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> .....	138

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. PERMASALAHAN

#### 1. Latar Belakang Masalah

Era teknologi digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam bagaimana cara seseorang berbelanja dan mengelola uang. Perubahan besar tersebut dapat terlihat salah satunya dengan kehadiran belanja *online* yang kini prosesnya semakin mudah dan cepat, hal ini memungkinkan seseorang dapat menelusuri berbagai produk, membandingkan harga, dan melakukan pembelian hanya dengan beberapa klik.

Kemudahan berbelanja ini akhirnya seringkali mendorong perilaku pembelian seseorang menjadi lebih konsumtif dan impulsif. Banyak situs web *e-commerce* di Indonesia juga memberikan beberapa tawaran seperti promosi, diskon, dan penjualan berbentuk *flash sale* yang sulit dilewatkan. Meskipun pada dasarnya tawaran ini dapat menghemat uang, namun hal ini juga memicu keinginan seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan hanya karena harganya lebih murah.

Selain promo serta diskon yang menggiurkan, beberapa perusahaan *e-commerce* juga menawarkan pilihan pembayaran yang fleksibel disebut "*PayLater*", dimana para pembeli dapat membeli barang tanpa membayarnya secara langsung dan kemudian membayarnya dengan opsi cicilan. Kemudahan serta penawaran-penawaran menarik dari perusahaan *e-commerce* ini dapat memicu pengguna untuk semakin melakukan pembelian yang tidak bijak dan akhirnya terjebak dalam kredit. Riset terbaru dari Kredivo (2023) menunjukkan bahwa adanya peningkatan signifikan terhadap penggunaan *PayLater* di *e-commerce* dari 28,2% di tahun 2022 naik menjadi 45,9% di tahun 2023. Peningkatan *PayLater* ini juga disebabkan oleh peningkatan kredit di Indonesia khususnya di Provinsi DKI Jakarta. Menurut pernyataan dari Bank Indonesia (2023), pada triwulan IV

2022, Provinsi DKI Jakarta mengalami peningkatan kredit bank umum dengan angka 14,11% (yoy) dibandingkan periode yang sama di tahun 2021 yaitu 4,36% (yoy). Meningkatnya kinerja korporasi dan konsumsi rumah tangga diyakini sebagai alasan mengapa permintaan kredit semakin meningkat. Kredit konsumsi di Provinsi DKI Jakarta juga terus tumbuh di angka yang relatif tinggi yaitu 12,50% (yoy) pada triwulan IV 2022.

Salah satu penyedia layanan *PayLater* paling populer di Indonesia yaitu berasal dari perusahaan *e-commerce* bernama Shopee. Pada tahun 2022, Shopee tercatat menjadi perusahaan *e-commerce* nomor satu atau dalam kata lain terbesar di Indonesia. Shopee berhasil berkontribusi paling besar untuk *Gross Merchandise Value* (GMV) Indonesia sebesar 36% atau sekitar Rp 278,5 triliun dan ini merupakan angka tertinggi dibandingkan *marketplace* lainnya (Momentum Works, 2023).



Sumber: DailySocial Research (2021)

**Gambar 1.1. Persentase Pengguna Shopee PayLater Tahun 2019-2021**

Terlihat dari Gambar 1.1., bahwa Shopee PayLater juga terus menerus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Shopee PayLater

berhasil menarik pengguna hingga 34,8% di tahun pertama perilisan dan terus meningkat sejauh 54,3% di tahun 2020 dan 78,4% di tahun 2021. Menurut riset mandiri dari Tirto (2022), pengguna Shopee PayLater juga menduduki peringkat teratas dengan angka sebesar 77,96% dan para responden setuju bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor utamanya.

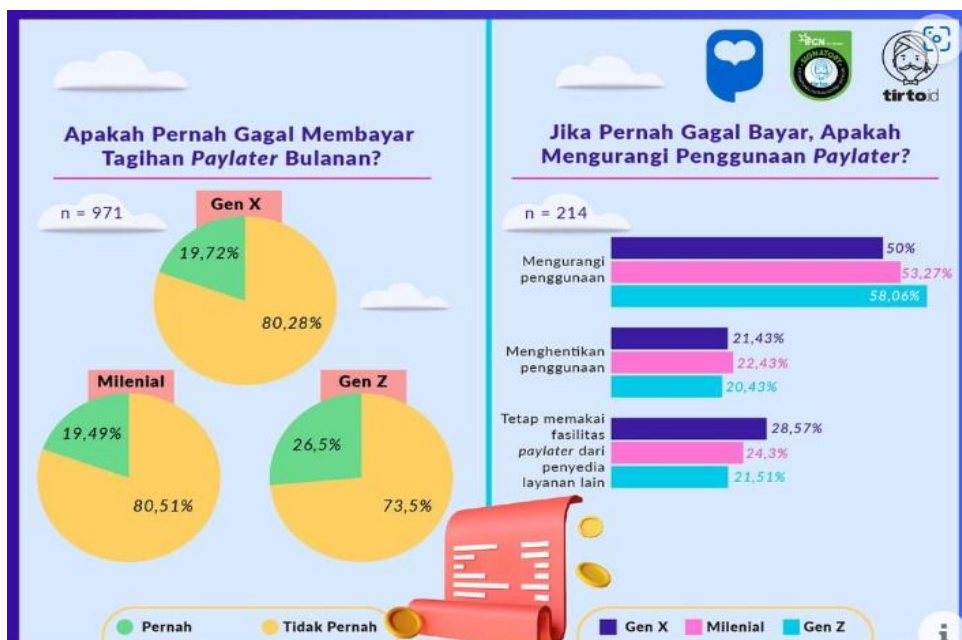
Metode pembayaran *PayLater* kini kian populer juga disebabkan karena banyaknya masyarakat yang mulai beralih dari penggunaan kartu kredit ke layanan *PayLater* dan hal ini didominasi oleh Generasi Z. Menurut survei lembaga riset Katadata Insight Center (2021), kartu kredit hanya digunakan Gen Z sebanyak 7,6%, sedangkan *PayLater* digunakan hampir dua kali lipatnya yaitu 13,8%. Fesyen dan aksesoris merupakan kategori produk yang paling banyak dibeli oleh Gen Z dalam menggunakan *PayLater*.

Menurut Beresford Research (2023), Gen Z adalah seseorang yang lahir pada tahun 1997-2012. Gen Z merupakan generasi yang sudah dikategorikan sebagai generasi melek digital dan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian secara *online* menggunakan berbagai metode pembayaran yang inovatif. Gen Z adalah generasi yang suka mencoba hal baru terutama dalam hal pemilihan metode pembayaran yang bersifat nyaman, fleksibel, dan mudah diakses.

Keputusan pembelian Gen Z saat ini juga dipengaruhi oleh istilah yang sedang tren di kalangan Gen Z yaitu FOMO (*Fear of Missing Out*). Penggunaan sosial media berlebihan diikuti dengan perasaan cemas dan takut tertinggalnya suatu momen ataupun pengalaman, membuat *PayLater* hadir menjadi solusi cepat para anak muda untuk memenuhi keinginan tersebut. Keputusan tidak bijak inilah yang akhirnya membuat para anak muda lebih berpotensi untuk melakukan perilaku kecenderungan untuk berutang (*propensity to indebtedness*). Rasa persaingan hingga perbandingan antar individu terkadang muncul karena adanya pengalaman dan cerita yang dibagikan melalui media sosial, dan dari situlah rasa cemas dan takut tertinggal terjadi. Gen Z dinyatakan sebagai generasi yang masih

mencari jati dirinya dan seringkali mudah terpengaruh oleh kelompok bermain atau kelompok acuannya dalam melakukan keputusan pembelian (Ramadhan & Simanjuntak, 2018).

Fenomena unik juga terjadi dari penggemar K-Pop di Indonesia yang ternyata menggunakan layanan *PayLater* hanya untuk membeli album dan *photocard* K-Pop yang harganya mencapai jutaan Rupiah, dan lebih mengejutkannya lagi fenomena tersebut mayoritas berasal dari anak-anak muda yang belum berpenghasilan. Tercatat pinjaman rata-rata per Juni 2023 untuk umur di bawah 19 tahun adalah Rp 2,3 juta sedangkan peminjam dengan rata-rata umur 20-34 tahun adalah Rp 2,5 juta, padahal rata-rata pendapatan anak muda di Indonesia hanya sebesar Rp 2 juta per bulan. Artinya pendapatan generasi muda atau anak-anak usia muda di Indonesia jauh lebih rendah daripada utang yang diperoleh di pinjaman *online* atau dalam kata lain besar pasak daripada tiang (Indef, 2023).



Sumber: Tirto.ID (2022)

**Gambar 1.2. Persentase Gagal Bayar PayLater Generasi Z**

Terlihat dari Gambar 1.2., Gen Z memiliki tingkat kegagalan pembayaran *PayLater* yang lebih tinggi dibandingkan generasi lain, yaitu Generasi Milenial dan Generasi X. Temuan ini menunjukkan bahwa munculnya *PayLater* membuat kecenderungan Gen Z untuk belanja lebih aktif meningkat sehingga perilaku impulsif dalam pembelian pun juga meningkat (Tirto, 2022). Menurut pernyataan dari Otoritas Jasa Keuangan (2023), kredit macet mayoritas berasal dari rentang usia 19-34 tahun sebesar 47% atau setara dengan Rp 763 miliar. Dari rentang usia ini, disimpulkan bahwa usia Gen Z mendominasi. Gen Z yang diperkirakan sebentar lagi sudah memasuki dunia kerja harus memperhatikan risiko *PayLater* ini, karena gagal bayar akan berdampak pada skor BI *Checking* yang buruk dan hal ini dapat mempersulit anak-anak muda dalam mencari kerja.

Faktor-faktor yang dapat menyebabkan perilaku *propensity to indebtedness* tidak hanya berasal dari faktor ekonomi saja, namun bisa juga berasal dari faktor psikologi (Vitt, 2004). Ottaviani dan Vandone (2011) menyatakan bahwa respon emosional seseorang diyakini dapat menjadi salah satu faktor utama seseorang dalam membuat keputusan keuangan. Setiap individu dapat mengekspresikan emosinya secara positif maupun negatif. Emosi negatif seperti kemarahan, ketakutan, kecemburuan, rasa malu, rasa bangga, rasa gugup, dan lain-lain merupakan emosi yang lebih relevan dengan perilaku *propensity to indebtedness*. Seseorang yang mempunyai emosi negatif yang lebih tinggi cenderung memiliki tingkat risiko yang tinggi dan dorongan emosional tersebut akhirnya berakibat pada pengeluaran yang bersifat tidak terencana (Mozafari, Mowlaie & Bahmani, 2017).

Persepsi risiko merupakan variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku *propensity to indebtedness* seseorang. Persepsi risiko menunjukkan bagaimana seseorang melibatkan, melihat, dan memahami risiko dalam pengambilan keputusan terutama keputusan keuangan. Seseorang yang memiliki persepsi risiko tinggi diyakini memiliki tingkat utang yang rendah. Sebaliknya, seseorang yang memiliki tingkat persepsi risiko rendah diyakini

memiliki tingkat utang yang tinggi (Caetano, Palacios & Patrinos, 2019). Terlihat bahwa Gen Z juga memiliki pemahaman risiko yang rendah terutama dalam konteks kegagalan pembayaran *PayLater*.

*Risk behavior* adalah perilaku seseorang yang bersedia dan berani mengambil risiko, dan perilaku ini dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam berutang. Penelitian oleh Flores dan Vieira (2014) menunjukkan adanya pengaruh positif *risk behavior* terhadap *propensity to indebtedness* karena seseorang dengan *risk behavior* tinggi cenderung berani mengambil risiko untuk merasakan sensasi yang diinginkan.

*Overconfidence* adalah bias kognitif yang menyebabkan seorang individu merasa memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi berdasarkan informasi atau pengetahuan yang dimiliki. Bias ini dapat mengakibatkan seseorang cenderung meremehkan risiko atau membuat perkiraan yang terlalu optimis sehingga mengarah kepada pengambilan keputusan yang buruk, kerugian finansial, hingga terjebak dalam perilaku *propensity to indebtedness*. Seseorang dengan perilaku *overconfidence* seringkali percaya bahwa keadaan finansialnya akan selalu stabil. Perry dan Morris (2005) juga menyatakan bahwa *overconfidence* dapat mempengaruhi perilaku menabung, perilaku belanja, dan pengambilan keputusan konsumsi seseorang. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Selvaraja dan Abdullah (2019), bahwa *overconfidence* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku *propensity to indebtedness* karena seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi cenderung meremehkan pengeluaran, dan akhirnya berdampak pada akumulasi utang yang lebih tinggi.

*Financial literacy* sangat penting untuk meningkatkan kapasitas seseorang dalam memahami permasalahan keuangan. Tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat berdampak positif pada kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara lebih efektif. Gen Z diharapkan mampu meningkatkan literasi keuangan untuk lebih bijak dalam menggunakan layanan *PayLater* sehingga dapat meminimalisir risiko gagal bayar di

kemudian hari dan sebagai upaya untuk mengurangi perilaku *propensity to indebtedness*. Literasi keuangan yang baik juga secara langsung berkaitan dengan perilaku keuangan yang positif seperti pembayaran tagihan tepat waktu (Arianti, 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Potrich dan Vieira (2018), *financial literacy* memiliki pengaruh negatif terhadap *propensity to indebtedness*. Literasi keuangan dianggap menjadi faktor penting dalam pengelolaan keuangan seseorang yang pada akhirnya dapat mencegah terjadinya perilaku *propensity to indebtedness*. Akan tetapi, hasil ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azma *et al.* (2019), penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *propensity to indebtedness*. Situasi ini mungkin terjadi karena keyakinan seorang individu terhadap kemampuan dalam mengelola keuangan, serta pemahaman yang lebih baik mengenai fungsi pinjaman dan penggunaan kartu kredit.

*Materialism* merupakan perilaku dimana seseorang cenderung berkeinginan untuk memiliki barang-barang mewah terutama untuk meningkatkan status sosial dan kesenangan. Seorang individu yang memiliki perilaku *materialism* rendah diindikasikan sebagai orang yang mampu mengelola keuangannya dan tidak membeli barang-barang mewah sehingga perilaku *propensity to indebtedness* pun dapat dihindari. Ponchio (2006) menyatakan bahwa seseorang yang mempunyai tingkat *materialism* tinggi akan berpengaruh terhadap perilaku *propensity to indebtedness* seseorang. Penelitian oleh Azma *et al.* (2019) juga menunjukkan bahwa *materialism* berpengaruh positif terhadap perilaku *propensity to indebtedness*. Individu yang memiliki perilaku *materialism* dianggap lebih rentan terhadap utang karena adanya pengeluaran tanpa perencanaan yang tepat. Namun, penelitian dari Flores dan Bidarte (2019) menunjukkan hasil sebaliknya yaitu *materialism* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *propensity to indebtedness*.

*Money Value* memiliki dampak pada perilaku *propensity to indebtedness* (Stone & Maury, 2006). Menurut Moreira (2000), nilai uang dapat



ditafsirkan secara positif maupun negatif. Dalam sisi positif, seseorang cenderung merasa adanya peningkatan status sosial, senang, dan merasa stabil apabila memiliki uang. Dalam sisi negatif, uang akan menciptakan konflik, kesenjangan status sosial, ketakutan, serta kecemasan. Gen Z adalah generasi yang seringkali mudah terpengaruh dalam melakukan keputusan pembelian karena penggunaan sosial media yang berlebihan. Konflik, persaingan, rasa cemas, rasa takut, dan hasrat yang tinggi untuk diakui secara sosial akan rentan terjadi apabila penggunaan media sosial tidak dilakukan secara bijak. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Doosti dan Karampour (2017) bahwa *money value* berpengaruh positif terhadap *propensity to indebtedness* karena seorang individu yang peduli terhadap uang dan mencari pengakuan sosial melalui tingkat konsumsi yang tinggi akan menunjukkan kecenderungan *propensity to indebtedness* yang lebih besar. Sedangkan penelitian dari Mitta dan Pamungkas (2022) menunjukkan bahwa *money value* tidak memiliki pengaruh terhadap *propensity to indebtedness* karena seseorang yang menghargai nilai uang biasanya lebih memilih untuk menabung uang tersebut.

*Compulsive buying* juga berdampak langsung pada *propensity to indebtedness*. Hal ini terjadi ketika seseorang cenderung memiliki perilaku konsumtif dan terus menerus tanpa memperhatikan kondisi finansialnya, seringkali memilih untuk membeli dengan cara berutang baik melalui metode kartu kredit, pinjaman bank, hingga pinjaman terhadap individu lain yang akan berdampak pada masalah keuangan di kemudian hari (Prashella & Leon, 2020). Ahtziger et al. (2015) juga berpendapat bahwa konsekuensi utama dari seseorang yang memiliki perilaku pembelian kompulsif adalah kecenderungan berutang yang tinggi. Pernyataan ini dikonfirmasi oleh penelitian yang dilakukan oleh Potrich dan Vieira (2018) yaitu adanya pengaruh positif *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness* karena pembelian secara tiba-tiba, tidak terencana, dan pembelian yang hanya mengikuti perasaan senang dan gembira dapat berakibat pada utang

yang tinggi. Penelitian oleh Wahono dan Pertiwi (2020) juga menunjukkan bahwa *compulsive buying* berpengaruh positif terhadap *propensity to indebtedness*. Hasil studi menunjukkan bahwa sebagian besar responden hanya melakukan pembelian pada barang yang dibutuhkan saja, sehingga tingkat *compulsive buying* yang rendah akan berdampak pada *propensity to indebtedness* yang rendah pula.

Berdasarkan uraian di atas, *propensity to indebtedness* dijelaskan oleh beberapa faktor khususnya seperti *financial literacy*, *materialism*, *money value*, dan *compulsive buying*. Beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya perbedaan atau inkonsistensi hasil penelitian sehingga penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji lebih lanjut faktor-faktor tersebut khususnya pada Generasi Z pengguna Shopee PayLater di Jakarta dengan judul: **“PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *MATERIALISM*, *MONEY VALUE*, DAN *COMPULSIVE BUYING* TERHADAP *PROPENSITY TO INDEBTEDNESS*”**.

## **2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. *Emotion* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
- b. *Risk Perception* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
- c. *Risk Behavior* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
- d. *Overconfidence* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
- e. *Financial Literacy* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
- f. *Materialism* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
- g. *Money Value* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
- h. *Compulsive Buying* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.

## **3. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z pengguna Shopee PayLater dan berdomisili di Jakarta.
- b. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan *propensity to indebtedness* adalah *financial literacy*, *materialism*, *money value*, dan *compulsive buying*.

#### 4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap *propensity to indebtedness*?
- b. Apakah *materialism* berpengaruh terhadap *propensity to indebtedness*?
- c. Apakah *money value* berpengaruh terhadap *propensity to indebtedness*?
- d. Apakah *compulsive buying* berpengaruh terhadap *propensity to indebtedness*?

## B. TUJUAN DAN MANFAAT

### 1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap *propensity to indebtedness*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *materialism* terhadap *propensity to indebtedness*.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *money value* terhadap *propensity to indebtedness*.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness*.

## 2. Manfaat

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

### a. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran keuangan di kalangan masyarakat. Informasi tentang pengaruh *financial literacy* dan *money value* pada *propensity to indebtedness* dapat membantu masyarakat dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak. Penelitian ini juga dapat membantu masyarakat untuk mengatasi perilaku konsumtif yang berlebihan (*materialism* dan *compulsive buying*) yang seringkali menjadi penyebab utama berutang secara berlebihan. Masyarakat dapat menciptakan strategi keuangan yang lebih sehat, menghindari dan mengurangi utang yang tidak perlu, dan meningkatkan kesejahteraan finansial.

### b. Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi, pengetahuan, wawasan, dan ilmu bagi peneliti selanjutnya untuk memahami lebih mendalam kaitan antara *financial literacy*, *materialism*, *money value*, *compulsive buying*, dengan *propensity to indebtedness*. Hasil penelitian ini dapat digunakan akademisi untuk merancang program pendidikan dan pelatihan yang terkait dengan peningkatan literasi keuangan.

## 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. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.04.003>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207–224. <https://doi.org/10.1080/00222216.1992.11969889>
- Ajzen, I. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Anggraeni, R. (2023, November 11). Ramai Anak Muda Belanja PhotoCard K-Pop Pakai Pinjol dan Paylater, Ekonom Ingatkan Risikonya. *Bisnis.Com*. <https://finansial.bisnis.com/read/20230911/563/1693681/ramai-anak-muda-belanja-photocard-k-pop-pakai-pinjol-dan-paylater-ekonom-ingatkan-risikonya>
- Arianti, B. F. (2022). *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)*. CV. Pena Persada.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Atkinson, A., & Messy, F. A. (2012). Measuring Financial Literacy Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study, *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, 15, 1–73. <http://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>
- 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. <https://doi.org/10.1108/RBF-05-2017-0046>
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Perekonomian Provinsi DKI Jakarta Februari 2023*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laoran-Perekonomian-Provinsi-DKI-Jakarta-Februari-2023.aspx>
- Beresford Research. (2023). *Generations defined by name, birth year, and ages in 2023*. Beresfordresearch.Com. <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>

- Caetano, G., Palacios, M., & Patrinos, H. A. (2019). Measuring Aversion to Debt: An Experiment Among Student Loan Candidates. *Journal of Family and Economic Issues*, 40(1), 117–131. <https://doi.org/10.1007/s10834-018-9601-8>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches*. Sage Publications.
- Dailysocial.id. (2021). *Fintech Report 2021: The Convergence of (Digital) Financial Services*. <https://dailysocial.id/research/fintech-report-2021/>
- Davies, E., & Lea, S. E. G. (1995). Student attitudes to student debt. *Journal of Economic Psychology*, 16(4), 663–679. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(96\)80014-6](https://doi.org/10.1016/0167-4870(96)80014-6)
- Dittmar, H. (2005). A New Look at “Compulsive Buying”: Self–Discrepancies and Materialistic Values as Predictors of Compulsive Buying Tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(6), 832–859. <https://doi.org/10.1521/jscp.2005.24.6.832>
- Domagalski, T. A., & Kasser, T. (2004). The High Price of Materialism. *The Academy of Management Review*, 29(1), 135. <https://doi.org/10.2307/20159018>
- Doosti, B. A., & Karampour, A. K. (2017). The Impact of Behavioral Factors on Propensity Toward Indebtedness. *Journal of Advances in Computer Engineering and Technology*, 3(3), 145–152. <https://doaj.org/article/7f457bc05f604a5c85553018bb213bf8>
- Edwards, E. A. (1993). Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior. *Financial Counseling and Planning*, 4, 67–85. <https://www.semanticscholar.org/paper/Development-of-a-New-Scale-for-Measuring-Compulsive-Edwards/db00d428c8dfa319f5c03ac7d5d5ad663cbb3dad>
- Erdem, C. (2008). Factors Affecting the Probability of Credit Card Default and the Intention of Card Use in Turkey. *Journal of Applied Social Psychology*, 1685–1711. [https://www.researchgate.net/publication/229002579\\_Factors\\_Affecting\\_t](https://www.researchgate.net/publication/229002579_Factors_Affecting_t)

[The Probability of Credit Card Default and the Intention of Card Use in Turkey](#)

- Fan, Y., Chen, J., Shirkey, G., John, R., Wu, S. R., Park, H., & Shao, C. (2016). Applications of structural equation modeling (SEM) in ecological studies: an updated review. *Ecological Processes*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.1186/s13717-016-0063-3>
- Figueira, R. F., & Pereira, R. de C. D. F. (2014). Devo, não Nego, Pago Quando Puder: Uma Análise dos Antecedentes do Endividamento do Consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(5), 124–138. <https://doi.org/10.5585/remark.v13i5.2744>
- Flores, S. A. M., & Vieira, K. M. (2014). Propensity toward indebtedness: An analysis using behavioral factors. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 3, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2014.05.001>
- Flores, S. A. M., & Bidarte, M. V. D. (2019). Style Consumption and Propensity to Indebtedness Evidence on the Peace Border. *Revista de Administração Da UFSM*, 12(1), 142–158. <http://dx.doi.org/10.5902/1983465917740>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Hult, G.T.M., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., William, J., Black, C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>

- Hartanto, A. Y. (2022, Oktober 28). Apakah Gen Z Terlalu Boros dalam Menggunakan Paylater? *Tirto.Id.* <https://tirto.id/apakah-gen-z-terlalu-boros-dalam-menggunakan-paylater-gxPn>
- Hartanto, A. Y. (2022, November 2). Riset: Mayoritas Menggunakan Paylater 2-5 Kali per Bulan. *Tirto.Id.* <https://tirto.id/riset-mayoritas-menggunakan-paylater-2-5-kali-per-bulan-gx1L>
- Jacob, K., Hudson, S., & Bush, M. (2000). *Tools for Survival: An Analysis of Financial Literacy Programs for Lower-Income Families.* <https://www.aecf.org/resources/tools-for-survival-an-analysis-of-financial-literacy-programs-for-lower-inc>
- Jonathan, N., & Setyawan, I. R. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Inclusion dan Financial Behaviour terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 891–898. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20540>
- Katona, G. (1975). *Psychological economics.* Elsevier.
- Kim, J. (2001). Financial knowledge and subjective and objective financial well-being. *Consumer Interests Annual*, 47(1), 1-3. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=2211556449907695245&hl=en&oi=scholar>
- Kharchenko, O. (2011). *Financial Literacy in Ukraine: Determinants and Implications for Saving Behavior* (thesis). Kyiv School of Economics, Kyiv.
- Lavinda. (2023, Juni 14). Riset KIC dan Kredivo: Paylater Jadi Pembayaran Favorit di e-Commerce. *Katadata.Co.Id.* <https://katadata.co.id/lavinda/digital/6489b589ca8cf/riset-kic-dan-kredivo-paylater-jadi-pembayaran-favorit-di-e-commerce>
- Leite, P. L., Rangé, B. P., Ribas Junior, R. de C., Filomensky, T. Z., & Silva, A. C. de O. e. (2011). Tradução e adaptação semântica da Compulsive Buying Scale para o português brasileiro. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 60(3), 176–181. <https://doi.org/10.1590/S0047-20852011000300005>
- 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. <https://doi.org/10.26740/bisma.v4n2.p128-144>
- Lidwina, A. (2019, November 28). Fitur Paylater OVO Paling Banyak Digunakan Sepanjang 2019. *Katadata.Co.Id.*



<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/28/fitur-paylater-ovo-paling-banyak-digunakan-sepanjang-2019>

Lidwina, A. (2019, November 28). Fitur Paylater OVO Paling Banyak Digunakan Sepanjang 2019. *Katadata.Co.Id*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/28/fitur-paylater-ovo-paling-banyak-digunakan-sepanjang-2019>

Lunardi, C., Lopes, L. F. D., Coradini, J. F., Corrêa, J. S., & de Almeida, D. M. (2020). Diferentes formas de ver o dinheiro: a ótica dos jovens que vêm estudar em Santa Maria. *Saber Humano: Revista Científica Da Faculdade Antonio Meneghetti*, 10(16), 1–82.  
<https://doi.org/10.18815/sh.2020v10n16.429>

Lusardi, A., & Mitchell, O. (2013). *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*. <https://doi.org/10.3386/w18952>

Macedo, L. G., Maher, C. G., Latimer, J., Hancock, M. J., Machado, L. A. C., & McAuley, J. H. (2011). Responsiveness of the 24-, 18- and 11-item versions of the Roland Morris Disability Questionnaire. *European Spine Journal*, 20(3), 458–463. <https://doi.org/10.1007/s00586-010-1608-2>

Mendari, A. S. M., & Kewal, S. S. (2013). Tingkat Literasi Keuangan di Kalangan Mahasiswa STIE Musi. *Jurnal Economia*, 9(2), 130–140.  
<http://dx.doi.org/10.21831/economia.v9i2.1804>

Minella, J. M., Bertosso, H., Pauli, J., & Corte, V. F. D. (2017). A Influência do Materialismo, Educação Financeira e Valor Atribuído ao Dinheiro na Propensão ao Endividamento de Jovens. *Gestão & Planejamento*, 18, 182–201. <https://doi.org/10.21714/2178-8030gep.v18.4257>

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.  
<https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18229>

Momentum Works. (2023). *Ecommerce in Southeast Asia 2023*.  
<https://momentum.asia/product/ecommerce-in-southeast-asia-2023/>

Moreira, A., & Tamayo, Á. (1999). Escala de significado do dinheiro: desenvolvimento e validação. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 15(2), 93–105. <https://doi.org/10.1590/S0102-37721999000200002>

Mozafari, S., Mowlaie, S., & Bahmani, K. (2017). Relationship between Materialism and Financial Risk with the Mediating Role of Emotions and

- Indebtedness. *Journal of Ecophysiology and Occupational Health*, 17(1–2).  
<https://doi.org/10.18311/jeoh/2017/15656>
- Muhamad, N. (2023, August 23). *Gen Z dan Milenial Jadi Penyumbang Kredit Macet Pinjol Terbesar pada Juni 2023*. <http://bit.ly/3vrhUnS>
- Mulyono, F. (2011). Materialisme: Penyebab dan Konsekuensi. *Bina Ekonomi*, 15(2), 44–58. <https://doi.org/10.26593/be.v15i2.778.%25p>
- Mulyono, K. B., Mustofa, U., & Rusdarti. (2019). Peran Suasana Hati, Harga Diri dan Sikap Tentang Uang Dalam Mempengaruhi Perilaku Pembelian Kompulsif: Studi Empiris Pada Mahasiswa di Kota Semarang. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(2), 89. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i2.4774>
- O’Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147. <https://doi.org/10.1086/209204>
- Okicic, J., Jukan, M. K., Kakeš, D., & Herić, M. (2020). *The Impact of Behavioral Factors on Propensity toward Indebtedness among Youth: A Structural Equation Modelling Approach*. <https://www.researchgate.net/publication/344336962>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Literasi Keuangan*. Ojk.Go.Id. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk/Documents/SAL%20SEOJK%2030%20-%20Literasi%20Keuangan.pdf>
- Ottaviani, C., & Vandone, D. (2011). Impulsivity and household indebtedness: Evidence from real life. *Journal of Economic Psychology*, 32(5), 754–761. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.05.002>
- Patulak, L. E., Sarita, B., & Hamid, W. (2020). Pengaruh Emosi, Materialisme, Literasi Keuangan, Persepsi Resiko, dan Pengalaman Keuangan terhadap Propensity to Indebtedness (Studi pada Nasabah Kredit Plus Kendari. *JUMBO (Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi)*, 4(3), 31–42. <http://dx.doi.org/10.33772/jumbo.v4i3.16357>
- Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who Is in Control? The Role of Self-Perception, Knowledge, and Income in Explaining Consumer Financial Behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 299–313. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00016.x>

- Ponchio, M. (2006). The influence of materialism on consumption indebtedness in the context of low income consumers from the city of São Paulo. *Escola de Administração de Empresas de São Paulo Da Fundação Getúlio Vargas*. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-influence-of-materialism-on-consumption-in-the-Ponchio/8feceb8770931efac0cfd696986496a08a0fd3b1>
- Potrich, A. C. G., Kelmara, M. V., & Filho, R. B. (2016). Modelando a propensão ao endividamento: os fatores comportamentais e socioeconômicos são determinantes? *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 24(2). <https://doi.org/10.18359/rfce.2214>
- Potrich, A. C. G., & Vieira, K. M. (2018). Demystifying financial literacy: a behavioral perspective analysis. *Management Research Review*, 41(9), 1047–1068. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2017-0263>
- 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)*, 151, 322–325. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200915.072>
- Rajaguguk, R. (2022, Oktober 24). Survei: Milenial dan Gen Z Lebih Pilih Paylater Ketimbang Kartu Kredit. *Marketeers.Com*. <https://www.marketeers.com/survei-milenial-dan-gen-z-lebih-pilih-paylater-ketimbang-kartu-kredit/>
- Ramadhan, A. F., & Simanjuntak, M. (2018). Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(3), 243–254. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.243>
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303. <https://doi.org/10.1086/209304>
- Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J. -M. (2022). SmartPLS 4. Oststeinbek: SmartPLS GmbH. <http://www.smartpls.com>
- Riyanto, G. P., & Pertiwi, W. K. (2023, Juni 16). 6 Marketplace Terbesar di Indonesia Tahun 2022, Shopee Teratas. *Kompas.Com*. <https://tekno.kompas.com/read/2023/06/16/19300027/6-marketplace-terbesar-di-indonesia-tahun-2022-shopee-teratas>
- Roestanto, A. (2017). *Literasi keuangan*. Istana Media.

- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences*. Holt, Rinehart and Winston.
- Santos, C. P., & Fernandes, D. V. D. H. (2011). A socialização de consumo e a formação do materialismo entre os adolescentes. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 12(1), 169–203. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712011000100007>
- Sari, H. P., & Pratama, A. M. (2023, September 11). Indef: Banyak Anak Muda Gunakan Pinjol Demi Beli “Photocard” Idol K-Pop. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2023/09/11/212000626/indef--banyak-anak-muda-gunakan-pinjol-demi-beli-photocard-idol-k-pop>
- Sari, R. K. (2016). Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying Pada Masa Remaja Akhir di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(1). <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i1.3923>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Wiley.
- Selvaraja, M., & Abdullah, A. (2019). Psychological factors effects on Propensity towards Indebtedness by applying the Behavioural Economic Theory: Evidence in Malaysia. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(4), 11824–11830. <https://doi.org/10.35940/ijrte.D9436.118419>
- Setyowati, D. (2022, Januari 13). Survei KIC: Gen Z dan Milenial Pakai Paylater untuk Belanja Busana. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/61e0ecf4b1b96/survei-kic-gen-z-dan-milenial-pakai-paylater-untuk-belanja-busana>
- Stone, B., & Maury, R. V. (2006). Indicators of personal financial debt using a multi-disciplinary behavioral model. *Journal of Economic Psychology*, 27(4), 543–556. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2005.11.002>
- Sudjana, N., & Ibrahim. (2004). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Vol. 8)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian pendidikan: kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian tindakan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian pendidikan: kuantitatif, kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159–205. <https://doi.org/10.1016/j.csda.2004.03.005>
- Vitt, L. A. (2004). Consumers' Financial Decisions and the Psychology of Values. *Journal of Financial Service Professionals*. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1856318](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1856318)
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2008). Merely Activating the Concept of Money Changes Personal and Interpersonal Behavior. *Current Directions in Psychological Science*, 17(3), 208–212. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2008.00576.x>
- 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. <https://doi.org/10.9744/ijfis.1.1.1-14>
- Wetzels, Schröder, O., & Oppen, V. (2009). Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177. <https://doi.org/10.2307/20650284>
- Widjaja, R., & Pertiwi, D. (2021). 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. <https://doi.org/10.9744/ijfis.1.2.85-93>
- Wijaya, A. P. W. A., & Yuniarinto, A. (2015). Pengaruh Hedonisme dan Materialisme terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2417>
- Zulkarnaen, A. R., & Ananda, N. A. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko, Materialisme, dan Pembelian Kompulsif terhadap Kecenderungan Berhutang. *Proceeding Of Student Conference*, 1(4), 131–140. <https://conference.uts.ac.id/index.php/Student/article/view/568>