

DAMPAK KESENJANGAN LITERASI KEUANGAN DAN *LOCUS OF CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA *PAYLATER* : *Systematic Literature Review*

Afrita Miranda¹, Ita Nuryana²

¹Afrita Miranda, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia, afritamiranda04@students.unnes.ac.id

²Ita Nuryana, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia, ita.nuryana@mail.unnes.ac.id

DOI

<https://doi.org/10.26740/jupe.v14n1.p58-71>

Article history

Received

10 October 2025

Revised

29 December 2025

Accepted

7 January 2026

How to cite

Miranda, A., & Nuryana, I. (2025). Dampak kesenjangan literasi keuangan dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif pengguna *paylater*: *Systematic literature review*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 14(1), 58-71.

<https://doi.org/10.26740/jupe.v14n1.p58-71>

Kata Kunci: literasi keuangan, *paylater*, *locus of control*, Perilaku konsumtif, pengguna digital

Keywords: *financial literacy*, *paylater*, *locus of control*, *consumptive behavior*, *digital users*.

Corresponding author

Afrita Miranda

afritamiranda04@students.unnes.ac.id

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Abstrak

Digitalisasi yang pesat dan pertumbuhan layanan *PayLater* memicu kekhawatiran akan peningkatan perilaku pembelian konsumtif dan impulsif, terutama pada pengguna dengan literasi keuangan rendah dan lokus kontrol eksternal. Penelitian ini bertujuan mengintegrasikan literasi keuangan dan lokus kontrol sebagai variabel kunci yang memengaruhi perilaku konsumtif pengguna *PayLater*. Menganalisis dampak kesenjangan literasi keuangan serta lokus kontrol terhadap hubungan literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan metode *systematic Literature Review* dari 15 artikel yang diterbitkan antara 2020 dan 2025. Hasil dari studi ini menemukan bahwa literasi keuangan esensial dalam mengurangi perilaku konsumtif. Namun, lokus kontrol eksternal tetap dapat mendorong pembelian impulsif, bahkan pada individu dengan literasi keuangan yang baik, *PayLater* sendiri berpotensi meningkatkan belanja impulsive.

Abstract

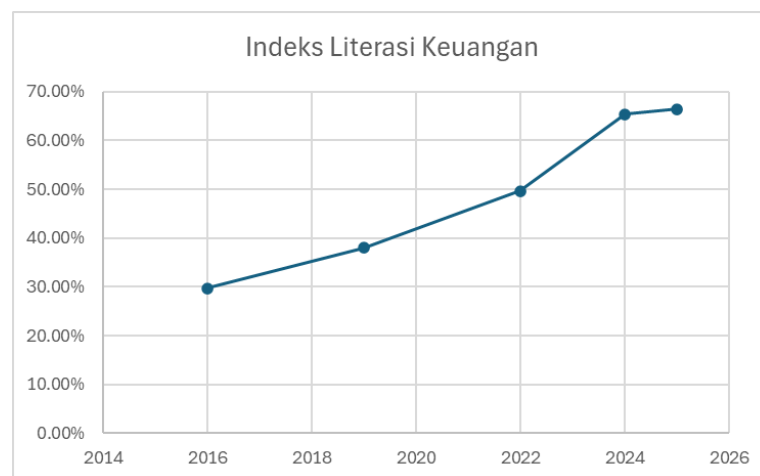
Rapid digitization and the growth of *PayLater* services have raised concerns about an increase in consumptive and impulsive purchasing behavior, especially among users with low financial literacy and external locus of control. This study aims to integrate financial literacy and locus of control as key variables that influence the consumptive behavior of *PayLater* users. It analyzes the impact of financial literacy gaps and locus of control on the relationship between financial literacy and consumptive behavior. This study uses a systematic literature review method from 15 articles published between 2020 and 2025. The results of this study found that financial literacy is essential in reducing consumptive behavior. However, external locus of control can still encourage impulsive buying, even in individuals with good financial literacy, and *PayLater* itself has the potential to increase impulsive spending.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan digitalisasi yang pesat telah memberikan dampak yang nyata dan signifikan terhadap hampir semua aspek kehidupan, salah satu dampak yang paling nyata adalah terhadap perekonomian Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2025 menunjukkan bahwa target pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah sebesar 5,2% hingga 5,5%, hal ini didorong karna adanya perkembangan teknologi dan internet yang secara luas menyebar ke Indonesia dan secara signifikan membuat pertumbuhan layanan pembayaran menggunakan *e – wallet* dan *paylater* (Djamhari, Mustika, Sjabadhyni, & Ndaru, 2024). Teknologi memungkinkan masyarakat untuk beradaptasi dengan cepat, membuat merekalah yang paling sering terpapar perubahan teknologi (Pohan et al., 2022). Era digital dapat diperkirakan dengan inovasi dan pola perilaku konsume masyarakat. Adanya inovasi baru seperti system pembayaran digital yang dapat mudah digunakan hal ini membuat transaksi semakin mudah. Salah satunya yaitu pengguna pembayaran seperti *e -wallet* atau *buy now paylater* atau yang sering disebut *paylater* (Devano et al., 2023).

Paylater merupakan pembayaran yang digunakan untuk membeli barang secara kredit. Penelitian dari (Khairunnisa, Rahman, Apriyanti, Putri, & Fajrussalam, 2022) menjelaskan bahwa metode ini dapat menggunakan pembayaran tanpa kartu yang dapat diangsur secara *online*. *Paylater* menjadi satu hal yang membuat konsumen memungkinkan akan melakukan pembelian produk atau jasa yang dibeli dengan membayar di hari lain atau menggunakan angsuran (Pratika, Salahudin, Riyanto, & Ambarwati, 2021; Reddyson, Franky, Leonardy, Yeng, & Leonardo, 2022). Pembayaran digital yang menarik ini menjadi kemudahan di Indonesia untuk bertransaksi dengan mudah dan cepat (Pratika et al., 2021).

Fenomena penggunaan layanan Paylater di kalangan mahasiswa menjadi sorotan, terutama mengingat peningkatan literasi keuangan yang juga terjadi. Riset menunjukkan bahwa literasi keuangan memang memengaruhi keputusan penggunaan Paylater, namun perilaku pembelian impulsif memiliki dampak signifikan yang terkadang mempengaruhi pertimbangan rasional berbasis literasi (Nikolaus, Setiawan, & Djajadikerta, 2024; Restike et al., 2024). Meskipun mahasiswa *Generasi Z* menunjukkan kapasitas untuk menggunakan *Paylater* secara bijak, banyak yang mengalami kesulitan dalam mengelola pembayaran, mengindikasikan bahwa pengetahuan saja tidak cukup (Restike, Presasti, Fitriani, & Ciptani, 2024).



Gambar 1. Indeks literasi keuangan di indonesia pada tahun 2016 – 2025

Literasi keuangan mungkin membuat mahasiswa merasa lebih percaya diri dalam menavigasi alat keuangan digital, namun tanpa *self-control* yang kuat, hal ini bisa berujung pada penggunaan yang berlebihan dan masalah keuangan. Kemudahan akses teknologi finansial seperti *Paylater*, dorongan dari gaya hidup konsumtif, serta kecenderungan perilaku impulsif, dapat menjadi faktor penjas mengapa penggunaan *Paylater* tetap tinggi. *Paylater* membuat pengguna merasa mudah dalam bertransaksi sehingga sering kali menjadi solusi untuk masyarakat, terkhusus pada remaja yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehingga tidak membebani pembayaran secara langsung Rasyid et al., 2024; Reddyson et al., 2022). Hal ini menunjukan bahwa lebih banyak masyarakat atau individu menggunakan atau mengakses pembayaran digital *paylater* secara luas. Tetapi hal ini bukan salah satu solusi bagi konsumen karna kemudahan yang diberika ini dapat menjadi kekhawatiran mengenai potensi meningkatnya perilaku konsumtif dan pembelian secara implusif (Djamhari et al., 2024; Pratika et al., 2021; Reddyson et al., 2022; Sari, 2021).

Daya tarik pembayaran *instan* yang didorong oleh keinginan sesaat (*hedonic motivation*) bisa menyebabkan belanja impulsif (Anggraeni, Hapsari, & Muslim, 2021; Lishobrina, Handriadma, & Zebua, 2023). Perkembangan *paylater* sangat pesat membuat perilaku konsumen pengguna digital menjadi sangat krusial. Peningkatan ini dapat mempengaruhi inklusi keuangan, menjadikan kekhawatiran yang muncul bagi literasi keuangan yang belum memadai kalangan pengguna digital (Rizky Yulia Nur, 2021).

Dari data terbaru Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan* (SNLIK) tahun 2025 yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 66,43%. Hasil dari OJK yang menunjukan bahwa tingkat literasi keuangan tinggi tetapi apabila masyarakat yang pengguna pembayaran *paylater* ini tidak memadai pada tingkat literasi keuangan yang baik, maka pembelian impulsif atau perilaku konsumtif akan tetap terjadi. Individu memiliki literasi keuangan yang rendah akan menjadi resiko, sehingga mereka tidak sepenuhnya memahami nilai harga jangka panjang dan potensi risiko utang dari *PayLater* (Anggraeni et al., 2021; Fitriyah & Nadlifatin, 2024; Nur & Dewanto, 2022). Maka pentingnya *locus of control* untuk individu, dengan *locus of control* internal cenderung memiliki keyakinan bahwa mereka dapat mengendalikan hasil keuangan mereka sendiri, sehingga lebih mampu membentuk *habit* penggunaan digital yang bertanggung jawab dan menahan diri dari perilaku konsumtif yang tidak terencana (Faturohman, Megananda, & Ginting, 2024; Gunawan, Pirari, & Sari, 2020; Nur & Dewanto, 2022). Sebaliknya, jika *locus of control* cenderung eksternal, individu mungkin merasa kurang berdaya atas keputusan finansial mereka, sehingga lebih mudah terjebak dalam pengeluaran impulsif meskipun memiliki akses terhadap informasi keuangan (Gunawan et al., 2020).

pemahaman yang kurang memadai tentang bagaimana literasi keuangan berinteraksi dengan *locus of control* dalam mempengaruhi pembelian impulsif barang virtual, merupakan suatu perilaku yang diperparah oleh teknologi pembayaran digital (Hasanah, Hidayati, & Syakarofath, 2022; Widiyanto, Lindiyatmi, & Yulianto, 2022). Hal ini menunjukan masih terdapat kesenjangan pengetahuan mengenai efek mediasi atau moderasi literasi keuangan terhadap pembelian impulsif dalam konteks digital apalagi tidak di ikuti dengan *locus of control* (elliya et al., 2024; paylan & kavas, 2022). literasi keuangan secara signifikan mengurangi pembelian impulsif, sementara faktor menunjukkan efek terbatas atau tidak langsung yang dimediasi oleh *locus of control* (Fitri & Rusli, 2024; Jain, Srivastava, & Shukla, 2023). Secara tidak langsung, literasi keuangan mempengaruhi pembelian impulsif secara langsung atau tidak langsung melalui *locus of control*, yang bertindak sebagai mediator dalam membentuk proses regulasi diri dan pengambilan keputusan individu (Andrea Nur Hidayah & Sartika, 2024).

Dampak dari perilaku pengguna layanan *paylater* dan pengguna digital sesuai dengan *teori unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT2) yang merupakan model teori yang komprehensif guna untuk memahami penggunaan teknologi bagi individu dan mengidentifikasi faktor – faktor seperti kebiasaan yang mendorong perilaku menggunakan *paylater* (Dwivedi, Rana, Tamilmani, & Raman, 2020; Koenig-Lewis, Marquet, Palmer, & Zhao, 2015; Lishobrina et al., 2023). Dalam konteks *paylater* faktor – faktor yang dapat memicu perilaku konsumtif juga didukung oleh teori – teori lain seperti literasi keuangan, *locus of control*. Perilaku konsumtif dan *impulse buyin*, pembelian yang dapat dilakukan secara tiba – tiba sesuai dengan keinginan emosional tanpa mikirkan kedepannya. Meluasnya pengguna *paylater* dapat didorong oleh faktor literasi keuangan dan *locus of control* yang sudah dijelaskan menggunakan teori UTAUT 2, maka hal ini menciptakan lingkungan yang berpotensi menyebabkan perilaku konsumtif.

Interaksi antara mudahnya pembayaran terkait bertransaksi dengan tingkat literasi keuangan yang rendah dan *locus of control* cenderung eksternal secara signifikan meningkatkan resiko pembelian impulsif dan masalah finansial (Aulia, 2020; Cahaya Mandalika; Syariah, Sunan, & Yogyakarta, 2019). Literasi keuangan menunjukan, bahwa keputusan seseorang dalam mengelola keuangan mempengaruhi pengeluaran keuangan mencakup pemahaman tentang pengelolaan keuangan pribadi, tabungan, pinjaman, asuransi, dan investasi (Rasyid et al., 2024; Rodriguez, Labong, & Palallos, 2024; Syah, 2022). Sedangkan *locus of control* merupakan sejauh seseorang dapat mengendalikan keinginan mereka yang dipengaruhi oleh faktor internal atau eksternal (Kesavayuth, Ko, & Zikos, 2018). Meskipun demikian, perilaku konsumtif tidak hanya didasari oleh kurangnya literasi keuangan, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam mengendalikan keinginan untuk membeli (Ayuningtyas & Irawan, 2021; Lestari, Ramadani, & Sutikno, 2022).

Literasi keuangan merupakan aspek yang penting dan diperlukan untuk membantu individu mengatasi masalah seperti tekanan teknologi yang memaksa mereka untuk beradaptasi yang memicu perilaku konsumerisme (Ningtyas, 2019). literasi keuangan adalah kemampuan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi keuangan individu yang memengaruhi kemampuan mereka dalam mengelola keuangan pribadi agar dapat mencapai kesejahteraan finansial pribadi (Tzora, 2025). Selanjutnya, Susanti dan Wangdra menekankan pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan locus of control terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Di tengah peralihan kontrol keuangan dari orang tua kepada individu sendiri, literasi keuangan berperan krusial untuk membantu mahasiswa menghadapi ancaman pengeluaran

berlebihan yang terjadi akibat ketidakseimbangan arus kas (R. Susanti & Wangdra, 2024). Penelitian lain juga menemukan bahwa locus of control internal berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan, menunjukkan bahwa individu yang merasa memiliki kontrol lebih besar atas situasi finansial mereka cenderung memiliki literasi keuangan yang lebih baik (Harisandi & Wiyarno, 2023; I Kurniasari & Fisabilillah, 2021; Nugrahanti, Rita, Restuti, & Hadiluwarsa, 2024; S. Susanti, 2017).

Kemudahan yang ditawarkan dari layanan digital membuat pengguna menjadi tidak berfikir dengan panjang dalam mengelola keuangan (van Raaij, 2014) pola pikir implusif dipengaruhi dengan oleh layanan promosi dan lingkungan sosial seperti teman dan keluarga (Kurniasari & Fisabilillah, 2021b). Namun perilaku konsumtif tidak didasari oleh kurangnya literasi tetapi lebih kepada bagaimana seorang individu dapat mengendalikan keinginan untuk membeli barang yang dibutuhkan (Akbar et al., 2023). Oleh karna itu, tujuan penelitian ini dibuat secara mendalam yang mengintegrasikan literasi keuangan dan *locus of control* sebagai variable X penentu perilaku konsumsi digital pengguna *paylater* menjadi sangat relevan sehingga mendukung memperluas bagaimana dimensi ini dapat berinteraksi saling mempengaruhi pola konsumsi dan finansial. Dengan demikian, penelitian ini akan menguji hipotesis mengenai pengaruh literasi keuangan dan locus of control terhadap perilaku konsumtif pengguna *paylater* di Indonesia.

METODE

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah tinjauan literatur sistematis (*systematic literature review*) melalui pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis studi-studi relevan mengenai topik penelitian tertentu (Budianto & Dewi, 2023); (de Carvalho et al., 2020). Untuk memastikan hasil yang komprehensif dan valid. Tinjauan *systematic literature review* merupakan metode yang esensial dalam penelitian ini, berfokus pada pengumpulan, evaluasi, dan sintesis informasi dari data yang diperoleh guna menjawab pertanyaan penelitian (Budianto & Dewi, 2023; Sundaram & Berleant, 2023).

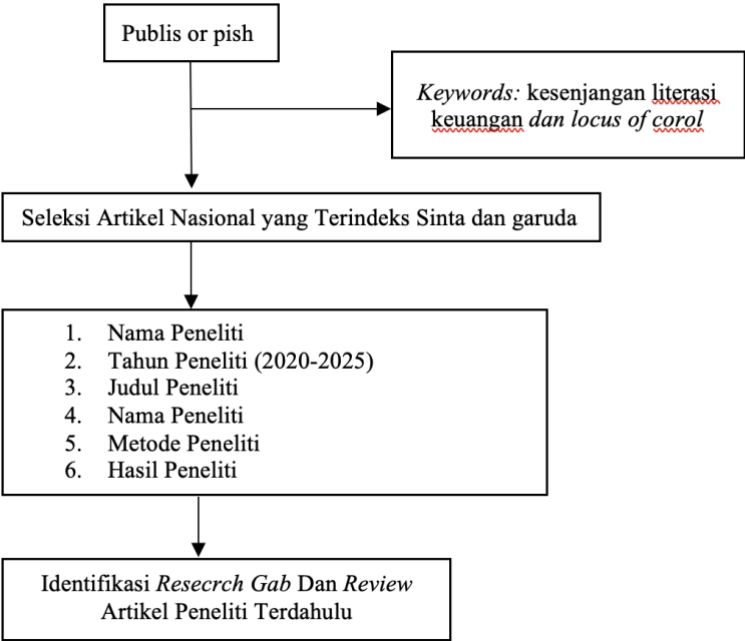
Maka dari itu pencarian artikel dilakukan berdasarkan: 1) kombinasi kata kunci yang telah ditentukan; 2) mencari artikel teridentifikasi sinta, Garuda; 3) memilih dan mengemukakan data literatur; 4) merumuskan pertanyaan penelitian; 5) tahap *judgement & selection* (penilaian dan seleksi). Tahap ini merupakan proses seleksi ketat terhadap artikel yang telah teridentifikasi, guna memastikan relevansinya dengan tujuan penelitian ini (Ayem et al., 2024; Mesa-Gresa, Gil-Gómez, Lozano-Quilis, & Gil-Gómez, 2018; Nuryana, Sugeng, Soesilowati, & Andayani, 2024; Sue, Ray, Talaci-Khoei, Jonnagaddala, & Vichitvanichphong, 2014). Data yang diperoleh dari setiap artikel akan dicatat dan disimpan, mencakup meta data penting seperti tahun terbit, volume, nomor, dan nomor halaman, yang juga dapat digunakan sebagai dasar untuk analisis lebih lanjut (Nuryana et al., 2024).

Tabel 1. Research question

RQ	Pertanyaan penelitian	Motivasi
RQ1	Bagaimana dampak kesenjangan literasi keuangan dan <i>locus of control</i> mempengaruhi perilaku konsumtif pengguna <i>paylater</i> ?	Mengidentifikasi sejauh mana kurangnya pemahaman keuangan dapat mendorong atau memperburuk perilaku konsumtif pada pengguna layanan <i>Paylater</i> , mengingat kemudahan akses dan sifat impulsif yang sering dikaitkan dengan layanan ini
RQ2	Bagaimana <i>locus of control</i> individu memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif pada pengguna <i>Paylater</i> ?	Memahami peran individu mengenai kontrol atas pembuatan mereka (<i>internal vs. eksternal locus of control</i>) dalam memengaruhi bagaimana literasi keuangan mereka diartikan menjadi perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks keputusan keuangan seperti penggunaan <i>Paylater</i> .

RQ3	Bagaimana temuan dari studi-studi sebelumnya dapat disintesis untuk merumuskan kerangka kerja konseptual mengenai dampak kesenjangan literasi keuangan dan <i>locus of control</i> terhadap perilaku konsumtif pengguna <i>Paylater</i> ?	Menyusun temuan dari literatur yang ada ke dalam model atau kerangka kerja yang komprehensif, yang dapat menjadi dasar untuk penelitian empiris lebih lanjut dan intervensi yang efektif untuk perilaku keuangan yang lebih sehat.
------------	---	--

Penelitian meliputi identifikasi dan pemahaman mendalam terhadap jurnal akademik dari berbagai basis data terkemuka seperti publish or pish, Google Scholar dan Scopus, serta sumber lain yang relevan seperti Sinta, artikel, buku. (Fadhilah et al., 2021; Virly & Muhid, 2023; Wahyu et al., 2022). Proses ini dirancang untuk memperoleh literatur yang paling relevan dari penelitian terdahulu. Pencarian arike menggunakan kata kunci seperti “perilaku konsumtif”, “literasi keugan”, “*locus of control*”, (kesenjangan literasi keuangan”, “kesenjangan *locus of contro*”, “pengguna *payleter*”. Artikel yang menggunakan tahap *judgement & selection* (penilaian dan seleksi) dipilih secara 2020 tahun terakhir (2020 – 2025) maka ditemukan sebanyak 15 artikel yang sesuai dengan krakter dan layak dianalisis.



Gambar 1. Alur pencarian literatur

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang telah dilakukan, sesuai dengan metodologi yang telah dijelaskan sebelumnya. Temuan-temuan yang disajikan di sini merupakan data yang diperoleh melalui proses penelitian, yang kemudian dianalisis dan diinterpretasikan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pembahasan ini juga mengintegrasikan hasil-hasil tersebut dengan kerangka teori yang relevan dan penelitian terdahulu, guna memberikan pemahaman yang mendalam mengenai implikasi dan kontribusi penelitian ini.

Tabel 2. Hasil temuan jurnal relevan

NO	judul	Peneliti	Jurnal	Tahun	Variabel	Metode	Hasil
1	Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Konsumtif Online Melalui <i>Locus of Control</i> sebagai Variabel Mediasi	Andrea Nurjurnal dan Hidayah dan Farahiyah dan Sartika	Nurjurnal danKHARAJ	AL- 2024	X: pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif.	kuantitatif	bahwa literasi keuangan dan sikap keuangan secara signifikan berdampak pada perilaku konsumtif, dengan lokus kontrol bertindak

- sebagai mediator dalam hubungan ini.
- Y: Locus kontrol
- X: kuantitatif
- penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki literasi keuangan, mereka tetap menunjukkan perilaku konsumtif yang didorong oleh pengaruh kelompok, gaya hidup mewah, dan difasilitasi oleh kemudahan pembayaran 'pay later'.
- Y: Consumptive Behavior
- 2 *The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, and Pay Later Use on Consumptive Behavior* Wihandaru, Sotya Pamungkas, and Irfanny Putri *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management, Volume 1, Number 4, 2024, Page: 1-14* 2024
- 3 Pengaruh fitur shopee paylater, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di shopee. Diva Leonita, Siska Wulandari *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Faculty of Education and Teacher Training, Jambi University) - Vol. 13, Iss: 02, pp 554-566* 2024
- X: Penggunaan E-Wallet, Fitur Shopee Paylater, Gaya Hidup
- penelitian ini menyimpulkan bahwa ketiga faktor yang diteliti (fitur Shopee Paylater, literasi keuangan, dan gaya hidup) secara bersama-sama dan signifikan mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif saat berbelanja online melalui platform Shopee.
- Y: Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee
- 4 Pengaruh Fitur Paylater terhadap Sifat Belanja Konsumtif Remaja di Kota Batam Reddyson, Franky, yang Leornardy, et al. *Jurnal Ecodemica: Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis* 2022
- (X): Paylater, Hedonic Paylater, dan Utilitarian Paylate
- Kuantitatif Paylater dapat mendorong pembelian impulsif pada e-commerce dan penggunaan yang tidak bijaksana dapat menyebabkan

pemborosan (2022).
Motivasi pembelian dipengaruhi faktor interpersonal, eksternal, hedonis, dan utilitarian (2022).

Y: *Motivasi Hedonis, Motivasi Utilitarian, dan Pembelian Impulsif*

- 9 Pengaruh literasi Mellisa dan Jurnal 2023
keuangan, promosi Rosmida Akuntansi
penjualan dan gaya dan Bisnis
hidup terhadap
perilaku konsumtif
pengguna *paylater*

X: *Financial kuantitatif Literacy, Sales Promotion, Lifestyle*

penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara individual memengaruhi perilaku konsumtif pengguna *paylater*, sementara promosi penjualan tidak.

Y: *Consumptive Behavior of Paylater Users*

- 10 *The Role Of Locus Moch Jurnal 2023*
Of Control In Nurhidayat, Aplikasi
Consumer Credit Hadri Manajemen
Debt Behavior Kusuma, dan(Jurnal
During The Syafiq Manajemen
Pandemic Covid -Mahmadah Terapan)
19 By Using Hanafi
Religiosity As A
Moderating
Variable

X: *Locus of kuantitatif Control,*

Z: *Religiusitas (moderasi),*

Y: *Perilaku Utang Konsumen*

sementara lokus kontrol eksternal secara independen cenderung meningkatkan perilaku utang, religiusitas memainkan peran penting dalam mengurangi efek ini, yang mengarah pada perilaku utang yang lebih rendah dan pembayaran utang yang lebih baik. Oleh karena itu, hasilnya tidak seragam “positif” atau “negatif” melainkan menunjukkan interaksi kompleks antara variabel-variabel ini.

- 11 *Locus of Control as an Intervening Variable Towards the Behavior of Financial Management* Sarwo Edy Handoyo, Herlin Tundjung Setijaningsih, Yunita Valencia *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 174 Valencia *Financial Knowledge, Income, Locus of Control (intervening), Financial Management Behavior* kuantitatif Lokus kontrol secara signifikan memediasi hubungan antara pengetahuan keuangan dan pendapatan, dan perilaku manajemen keuangan. Hasilnya menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik.
- 12 *The Influence of Financial Knowledge and Locus of Control on Financial Management Behavior with Financial Literacy as an Intermediary : A Case Study on Generation Z Students Using ShopeePay on Java Island* Aulia Putri Solikhatin, Himmiyatul Amanah Juwita *International Journal For Multidisciplinary Research*, Volume 6, Issue 4 *Financial Knowledge, Locus of Control* x: kuantitatif lokus kontrol internal secara positif mempengaruhi perilaku keuangan dan memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif

Y: *Financial Management Behavior*

Z: *Financial Literacy*
- 13 *Financial Literacy Moderation on the Influence of E-Wallet Usage and Locus of Control on Consumptive Behavior of Generation Z in Denpasar City* Dewa Ayu Putu Niti Widari1, Made Pulawan2, Made Setini3 *International Journal of Management and Economics Invention* ISSN: 2395-7220 Volume: 09 *e-wallet, locus of control,* kuantitatif penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet dan locus kontrol secara langsung berdampak pada perilaku konsumtif, literasi keuangan memainkan peran penting dalam mengurangi konsumsi berlebihan dan memperkuat hubungan ini di antara Generasi Z di Kota Denpasar.

Y: *Consumptive Behavior*

Z: *Financial Literacy*

- | | | | | | |
|----|---|---|------|--|--|
| 14 | <p><i>"Buy Now, Pay Later" and Impulse Shopping</i></p> <p>Jan Valentin Burg</p> | <p>Keil,SSRN Electronic Journal</p> | 2023 | <p>X: <i>Buy Now, Pay Later,</i></p> <p>Y: <i>Impulsive Shopping</i></p> | <p>kuantitatif BNPL secara signifikan memperkuat perilaku belanja impulsif, membuat pembelian impulsif 13% lebih mungkin terjadi (Keil & Burg, 2023).</p> |
| 15 | <p><i>Locus of control as a mediating variable for the factors influencing consumptive behavior among students</i></p> <p>Widiyanto, Putri Lindiyatmi, Arief Yulianto</p> | <p><i>International Journal of Social and Management Sciences</i></p> | 2022 | <p>X: Literasi Keuangan</p> | <p>Kuantitatif. Penelitian ini membuktikan bahwa literasi keuangan, dengan locus of control sebagai variabel mediasi, secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif. Locus of control mengamplifikasi pengaruh literasi keuangan, menjadikan individu lebih rasional dalam pembelian. (Widiyanto et al., 2022)</p> |

Pembahasan

Dalam penelitian yang dianalisis sebanyak 15 artikel, ditemukan bahwa kesenjangan dalam literasi keuangan dapat dipahami sebagai perbedaan dalam pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi keuangan individu yang memengaruhi kemampuan mereka dalam mengelola keuangan pribadi. Berdasarkan hasil penelitian nasional dan internasional, literasi keuangan menjadi aspek penting dalam pengambilan keputusan investasi dan pengelolaan keuangan secara umum. Maka dari itu literasi keuangan memang sangat penting bagi seseorang agar tidak terjebak oleh perilaku konsumtif apalagi pada pengguna layanan *paylater*. Temuan pada penelitian ini adanya *Gap* antara literasi keuangan dan *locus of control*. Fenomena ini mengindikasikan bahwa meskipun individu memiliki pemahaman dan kemampuan yang memadai dalam literasi keuangan, perilaku konsumtif dapat tetap terjadi jika tidak didukung oleh *locus of control* yang tepat. Perilaku ini semakin rentan terjadi, terutama di kalangan remaja atau dewasa muda, yang pada akhirnya dapat mendorong penggunaan layanan *Paylater* secara berlebihan atau terus-menerus.

Kesenjangan ini dapat diperdalam interpretasinya melalui teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. Dalam kerangka UTAUT2, faktor-faktor seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *price value*, *hedonic motivation*, dan *habit* menjadi hubungan penting dalam pengguna *Paylater*. Individu dengan literasi keuangan yang rendah cenderung lebih rentan terhadap ekspektasi kinerja dan *price value Paylater*, seringkali tanpa pemahaman konsekuensi jangka panjang dari bunga atau denda.

Di sisi lain, *locus of control* keyakinan individu tentang sejauh mana mereka mengendalikan peristiwa dalam hidup sangat memengaruhi bagaimana faktor-faktor UTAUT2 tersebut diterima. Individu dengan *locus of control* eksternal lebih rentan terhadap pengaruh *social influence* dan *hedonic motivation* dari *Paylater*, hal ini cenderung akan menyalahkan lingkungan atau kemudahan sistem atas perilaku konsumtif mereka, bahkan jika mereka memiliki pengetahuan finansial yang baik. Ini diperkuat oleh teori perilaku keuangan seperti teori perilaku keuangan yang menjelaskan bahwa secara gratifikasi pembayaran instan dapat mengurangi beban dalam membayar secara langsung.

Di konteks sosial-budaya Indonesia, pengaruh kuat kelompok sebaya dan media sosial (*social influence*) di kalangan mahasiswa, ditambah budaya "gengsi" dan tingkat literasi keuangan yang beragam, memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif ini, menjadikan mahasiswa dengan *locus of control* eksternal lebih mudah terpengaruh tren. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menegaskan pentingnya literasi keuangan dalam keputusan konsumen dan peran *locus of control* sebagai moderator atau mediator perilaku manajemen keuangan. Penelitian ini memperkaya pemahaman dengan secara eksplisit menyoroti interaksi antara literasi keuangan, *locus of control*, dan faktor-faktor UTAUT2 sebagai prediktor penting perilaku konsumtif, menegaskan bahwa pengetahuan saja tidak cukup; keyakinan akan kemampuan diri untuk mengontrol nasib keuangan juga esensial. Implikasi praktis dari penelitian ini meliputi perlunya lembaga pendidikan untuk mengintegrasikan edukasi keuangan komprehensif yang tidak hanya fokus pada pengetahuan tetapi juga pengembangan keterampilan dan *locus of control* internal dan eksternal.

Penelitian ini menggarisbawahi temuan bahwa literasi keuangan merupakan komponen paling penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Hasil kami sejalan dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa literasi keuangan yang rendah berbanding terbalik dengan kemampuan pengguna untuk mengelola kemudahan tersebut secara bijak. Selain itu, beberapa studi nasional maupun internasional juga menunjukkan bahwa pengetahuan finansial memengaruhi perilaku manajemen keuangan.

Namun, penelitian ini memperkaya pemahaman dengan secara eksplisit menyoroti interaksi antara literasi keuangan dan *locus of control* sebagai prediktor penting perilaku konsumtif, khususnya pada pengguna *Paylater*. Sementara banyak penelitian terdahulu fokus pada literasi keuangan atau *locus of control* secara terpisah sebagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi, temuan kami menegaskan bahwa kombinasi keduanya membentuk dasar pengambilan keputusan keuangan individu yang lebih cerdas dan berkelanjutan. Studi lain juga menemukan bahwa *locus of control* berperan memoderasi hubungan antara sosialisasi keuangan, pengetahuan keuangan, pengalaman keuangan, dan perilaku manajemen keuangan di kalangan pengguna *Paylater* di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa peran *locus of control* sebagai variabel moderasi telah diamati dalam konteks serupa. Hal ini dapat sejalan dengan pendapat bahwa literasi keuangan yang rendah berbanding terbalik dengan kemampuan pengguna untuk mengelola kemudahan tersebut secara bijak.

Misalnya, individu yang tidak memahami dampak pembelian yang dilakukan melalui *paylater* dapat berakhir dengan akumulasi utang yang lebih besar dari yang mereka rencanakan. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan edukasi dan program literasi keuangan yang efektif guna memperkecil risiko ini, serta membantu pengguna memahami dan memanfaatkan layanan ini dengan cara yang lebih bertanggung jawab. Ketika tingkat literasi keuangan dapat menurunkan perilaku konsumtif pada pengguna layanan *paylater* dan diikuti oleh *locus of control* (internal dan eksternal) maka hal itu menjadikan keuangan yang baik dan sehat.

Artinya, pemahaman mengenai konsep keuangan seperti investasi, menabung atau pengelola anggaran pengguna kredit atau rencana keuangan hingga resiko utang menjadikan hal ini dapat berpengaruh dengan bagaimana seseorang dapat memanfaatkan layanan keuangan digital seperti *paylater* dengan bijak. Disisi lain layanan seperti *paylater* sebenarnya sangat membantu seseorang dalam berbelanja, karena layanan ini mempermudah dalam bertransaksi. Apalagi cicilan yang ditawarkan tergolong rendah, kemudian juga pembayaran angsuran dapat dibayar selama 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan yang dimana pembayarannya ini dapat dibayarkan 1 bulan sekali selama individu mengambil cicilan tersebut. Hal ini dapat memicu individu atau seseorang senang dalam bertransaksi menggunakan layanan *paylater*. Karena tidak mengeluarkan uang yang besar saat belanja dan sisa uang tersebut dapat digunakan yang lain. Tetapi ini juga bukan termasuk solusi yang baik karena ketika kita terpacu pada pemikiran seperti itu akan memicu perilaku konsumtif.

Umumnya pada artikel yang dianalisis secara kompleks menunjukan bahwa *locus of control* dan literasi keuangan memiliki peran yang penting dalam mengurangi perilaku konsumtif pada pengguna layanan keuangan seperti *paylater*. Secara signifikan artikel ini menunjukan bahwa adanya literasi keuangan dan *locus of control* menjadi kombinasi yang baik untuk mengurangi perilaku konsumtif pada layanan *paylater* dengan dapat memanfaatkan teknologi keuangan yang efektif dan baik di era digitalisasi saat ini.

Literasi keuangan bertindak sebagai penyaring atau filter bagi pengelola untuk membantu individu mengelola keuangan dengan baik dan juga literasi keuangan juga digunakan untuk menganalisis dampak jangka panjang keputusan

keuangan terutama pengguna *paylater*. Ketika seseorang memiliki pengetahuan yang baik mengenai buangan cicilan, tanggal jatuh tempo dan tau akibat dari konsekuensi terlambat bayar maka seseorang dapat dengan baik mengakses teknologi keuangan dengan mudah. Dengan begitu menjadikan hal ini selaras dengan seseorang dapat atau tidak berperilaku konsumtif. Tetapi ketika hanya berorientasi pada *locus of control* (*internal* dan *eksternal*) maka semakin banyak seseorang dapat mengakses layanan teknologi keuangan digital tanpa adanya pemahaman mengenai literasi keuangan untuk mengelola pengeluaran maka hal ini dapat menjadikan resiko perilaku konsumtif yang berlebihan.

Interaksi antara literasi keuangan dan *locus of control* sangat krusial dalam memahami perilaku konsumtif, terutama pada pengguna layanan pembayaran digital seperti *Paylater*. Literasi keuangan merujuk pada pengetahuan, keterampilan, dan sikap individu dalam mengelola finansialnya, termasuk pemahaman akan dampak dan konsekuensi penggunaan layanan *Paylater*. Sementara itu, *locus of control* menggambarkan sejauh mana individu mempercayai bahwa mereka mengendalikan peristiwa dalam hidup mereka. *Locus of control* internal menunjukkan keyakinan individu bahwa hasil merupakan akibat dari tindakan dan usaha mereka sendiri, seperti kemampuan mengelola akses digital secara mandiri. Sebaliknya, *locus of control* eksternal mengacu pada keyakinan bahwa hasil lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar kendali mereka, seperti lingkungan sosial yang positif atau faktor eksternal lainnya. Dengan demikian, kedua konsep ini secara kolektif membentuk dasar perilaku keuangan dan pengambilan keputusan individu. Sehingga dapat menerapkan akses keuangan secara cerdas dan berkelanjutan untuk mengurangi perilaku konsumtif terutama pada pengguna *paylater*.

Maka dari itu, pemahaman mendalam mengenai prinsip dasar dan strategi literasi keuangan menjadi imperatif, khususnya dalam konteks pemanfaatan teknologi pembayaran digital. Literasi keuangan yang memadai akan membekali individu untuk menggunakan fasilitas pembayaran virtual, seperti *Paylater*, secara bijaksana dan bertanggung jawab. Bahkan pada tingkat dasar, penguasaan literasi keuangan dapat berkontribusi signifikan dalam memitigasi perilaku konsumtif, terutama di kalangan pengguna layanan *Paylater*. Dengan demikian, literasi keuangan memiliki peran dalam memampukan individu untuk mengelola keuangan personal secara optimal dan berkelanjutan.

Adanya kebijakan ini perlu mempertimbangkan regulasi *Paylater* yang lebih ketat dan kampanye literasi keuangan nasional yang relevan dengan konteks sosial-budaya Indonesia, serta lembaga keuangan dan penyedia layanan *Paylater* dapat bertanggung jawab dalam memberikan edukasi transparan dan mengembangkan fitur pengendalian bagi pengguna, seperti melakukan seminar edukasi mengenai literasi keuangan. Dengan demikian, diharapkan tercipta ekosistem finansial yang lebih mendukung mahasiswa untuk mengelola keuangan secara cerdas dan berkelanjutan. ketika literasi keuangan yang baik dan memiliki pemahaman dan kemampuan dalam menerapkan keuangan yang memadai tetapi hal ini juga tidak didukung oleh *locus of control* maka seseorang juga akan tetap melakukan perilaku konsumtif. Maka pada *gap* ini akan terjadinya perilaku konsumtif terus menerus terjadi dengan berakhir menggunakan layanan *paylater* terutama di kalangan remaja atau orang dewasa. Sesuai dengan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan disimpulkan bahwa Literasi keuangan adalah faktor kunci dalam mengendalikan perilaku konsumtif, terutama pada pengguna *PayLater*. Pemahaman yang baik tentang literasi keuangan dapat mengurangi ketergantungan pada *PayLater* dan mendorong pengelolaan keuangan yang lebih bijak. Meskipun *locus of control* berperan dalam pengendalian diri, perkembangan teknologi dan kemudahan akses layanan digital sering menciptakan kesenjangan. Banyak individu yang memiliki akses *PayLater* namun kurang memiliki edukasi finansial yang memadai. Oleh karena itu, integrasi antara literasi keuangan dan *locus of control* sangat penting: literasi keuangan membantu membentuk pola pikir finansial yang sehat, sementara *locus of control* mendukung disiplin dalam memanfaatkan layanan keuangan secara aman dan bijaksana.

Dengan kemampuan mengelola arus kas dan merencanakan keuangan masa depan (termasuk menabung), individu dapat memprioritaskan kebutuhan esensial dan mengurangi perilaku konsumtif, beralih dari *PayLater* ke penggunaan tabungan. Penting bagi setiap individu untuk mengembangkan literasi keuangan dan berpikir jangka panjang agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif *PayLater*. Pengelolaan keuangan yang cerdas dan bijak, bahkan dengan pemasukan terbatas, memastikan kebutuhan pokok selalu terpenuhi. Penelitian ini didasarkan pada tinjauan literatur sistematis (SLR) dari 15 artikel yang diterbitkan antara tahun 2020 dan 2025. Meskipun SLR memberikan gambaran yang komprehensif, SLR bergantung pada penelitian yang ada dan mungkin tidak menangkap nuansa pengalaman pengguna individu atau perkembangan terbaru yang belum dipublikasikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam riset ini mengucapkan terima kasih yang tulus kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi signifikan dan dukungan tak ternilai dalam penyelesaian artikel ini sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dedikasi dan bantuan yang telah diberikan merupakan kunci utama keberhasilan kami dalam menyajikan artikel ini untuk publikasi jurnal.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrea Nur Hidayah, & Sartika, F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui Locus of Control sebagai Variabel Mediasi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 3880–3894. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.275>
- Anggraeni, R., Hapsari, R., & Muslim, N. A. (2021). Examining Factors Influencing Consumers Intention and Usage of Digital Banking: Evidence from Indonesian Digital Banking Customers. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 193–210. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.1>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Ayem, S., Kartika Cahyaning, E., Ramadhan, I., Nurlitawati, M., Langkodi, H., & Amelia Trasno, F. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Terhadap Penggunaan Digital Payment : Systematic Literature Review, 12(2). <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p196>
- Ayuningtyas, M. F., & Irawan, A. (2021). The influence of financial literacy on bandung generation z consumers impulsive buying behavior with self-control as mediating variable. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 155–171. <https://doi.org/10.35631/AIJBS.39012>
- Budianto, E. W. H., & Dewi, N. D. T. (2023). Pemetaan Penelitian Rasio Capital Adequacy Ratio (CAR) pada Perbankan Syariah dan Konvensional: Studi Bibliometrik VOSviewer dan Literature Review. *Journal of Accounting, Finance, Taxation, and Auditing (JAFTA)*, 4(2), 32–53. <https://doi.org/10.28932/jafta.v4i2.7650>
- Cahaya Mandalika, J. *Tantangan dan Peluang Perbankan Digital: Studi Kasus Inovasi Keuangan dan Transformasi Perbankan*.
- de Carvalho, G. D. G., Sokulski, C. C., da Silva, W. V., de Carvalho, H. G., de Moura, R. V., de Francisco, A. C., & da Veiga, C. P. (2020). Bibliometrics and systematic reviews: A comparison between the Proknow-C and the Methodi Ordinatio. *Journal of Informetrics*, 14(3), 101043. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2020.101043>
- Devano, A. M., Tarigan, Y., & Darma Pratiwi, B. A. (2023). Analysis of Paylater Usage on Impulse Buying Behaviour of E-Commerce Users in Batam (pp. 798–810). https://doi.org/10.2991/978-2-38476-202-6_106
- Djamhari, S. I., Mustika, M. D., Sjabadhyni, B., & Ndaru, A. R. P. (2024). Impulsive buying in the digital age: investigating the dynamics of sales promotion, FOMO, and digital payment methods. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2419484>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Raman, R. (2020). A meta-analysis based modified unified theory of acceptance and use of technology (meta-UTAUT): a review of emerging literature. *Current Opinion in Psychology*, 36, 13–18. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.008>
- Elliyana, E., Kurnia, A., & Ismayanti, D. (2024). The Impact of Financial Literacy on the Consumptive Behavior of Generation Z Paylater Users: A Study on E-Commerce Platforms. *Journal of Production, Operations Management and Economics*, (46), 77–87. <https://doi.org/10.55529/jpome.46.77.87>
- Fadhilah, J., Layyinna, C. A. A., Khatami, R., & Fitroh, F. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital Wallet Sebagai Solusi Alternatif Pembayaran Modern: Literature Review. *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)*, 2(2), 89–97. <https://doi.org/10.36596/jcse.v2i2.219>
- Faturohman, T., Megananda, T. B., & Ginting, H. (2024). Improving financial wellbeing in Indonesia: the role of social media as a mediating factor in financial behavior. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2319374>
- Fitri, R., & Rusli, D. (2024). Pengaruh Locus of Control Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna Fitur Online Live Streaming Media Sosial. *EDU SOCIATA (JURNAL PENDIDIKAN SOSIOLOGI)*, 7(1), 78–90. <https://doi.org/10.33627/es.v7i1.1970>
- Fitriyah, N. W., & Nadlifatin, R. (2024). Behavioral factors of intention to use pay later services. a systematic literature review. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 501). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202450102010>
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(2), 23–35. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v4i2.1196>
- Harisandi, P., & Wiyarno, W. (2023). Pengaruh Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Alfagift-Alfamart. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1), 173–179. <https://doi.org/10.30743/mkd.v7i1.6712>

- Hasanah, S. S. A., Hidayati, D. S., & Syakarofath, N. A. (2022). Kecenderungan Gaming Disorder dan Perilaku Konsumtif Pembelian Virtual Goods pada Pemain Online Game. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.22146/gamajop.56824>
- Jain, A., Srivastava, D. S., & Shukla, A. (2023). Self-control and compulsive buying behavior: The mediating role of ill-being perception. *Cogent Business and Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2286673>
- Kesavayuth, D., Ko, K. M., & Zikos, V. (2018). Locus of control and financial risk attitudes. *Economic Modelling*, 72, 122–131. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2018.01.010>
- Khairunnisa, S. A., Rahman, M. C., Apriyanti, C., Putri, D. O., & Fajrussalam, H. (2022). Perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping dan Sistem Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam. *FONDATIA*, 6(1), 130–147. <https://doi.org/10.36088/fondatia.v6i1.1711>
- Kholqiyah, D. A., Mustapa, A., Khayati, A. N., Nuryana, I., & Nihayah, D. M. (2025). Systematic Literature Review: Dampak Kesenjangan Literasi Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Pay Later. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(2), 5039–5052. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v5i2.2983>
- Koenig-Lewis, N., Marquet, M., Palmer, A., & Zhao, A. L. (2015). Enjoyment and social influence: predicting mobile payment adoption. *The Service Industries Journal*, 35(10), 537–554. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1043278>
- Kurniasari, I, & Fisabilillah, L. W. P. (2021). *Fenomena perilaku berbelanja menggunakan spaylater serta dampaknya terhadap gaya hidup mahasiswa ilmu ekonomi. Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan SPayLater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. INDEPENDENT: Journal Of Economics* (Vol. 1). Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/independent>
- Kurniasari, Intan, & Fisabilillah, L. W. P. (2021). Fenomena perilaku berbelanja menggunakan spaylater serta dampaknya terhadap gaya hidup mahasiswa ilmu ekonomi. *Independent: Journal of Economics*, 1(3), 207–218. <https://doi.org/10.26740/independent.v1i3.43637>
- Lestari, N. I., Ramadani, M., & Sutikno, S. (2022). Peran E-Lifestyle, Budaya Digital, Dan E-Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y Dalam Bertransaksi di E- Commerce. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 7(2), 173–186. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v7i2.1844>
- Lishobrina, L. F., Handriadma, H., & Zebua, A. L. B. (2023). Analisis Minat Penggunaan E-Wallet Gopay dengan Pendekatan Model UTAUT2. *EXPERT: Jurnal Manajemen Sistem Informasi Dan Teknologi*, 13(1), 07. <https://doi.org/10.36448/expert.v13i1.2977>
- Mesa-Gresa, P., Gil-Gómez, H., Lozano-Quilis, J.-A., & Gil-Gómez, J.-A. (2018). Effectiveness of Virtual Reality for Children and Adolescents with Autism Spectrum Disorder: An Evidence-Based Systematic Review. *Sensors*, 18(8), 2486. <https://doi.org/10.3390/s18082486>
- Nikolaus, K. F., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran Pay Later dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif oleh Pengguna E-Commerce Generasi Z di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11274–11289. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11416>
- Nugrahanti, Y. W., Rita, M. R., Restuti, M. D., & Hadiluwarsa, M. A. (2024). The Usage of Paylater Among College Students: The Role of Self-Control, Hedonistic Conformity, and Family Financial Education. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 366–386. <https://doi.org/10.18196/mb.v15i2.23456>
- Nur, T., & Dewanto, P. A. (2022). The Influence of Attitude toward Behavior, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control on the Behavioral Intention of using PayLater Apps moderated by Financial Literacy and Hedonic Value. In *2022 10th International Conference on Cyber and IT Service Management, CITSM 2022*. Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc. <https://doi.org/10.1109/CITSM56380.2022.9936004>
- Nuryana, I., Sugeng, B., Soesilowati, E., & Andayani, E. S. (2024). Critical thinking in higher education: a bibliometric analysis. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 16(5), 2216–2231. <https://doi.org/10.1108/JARHE-08-2023-0377>
- PAYLAN, M. A., & KAVAS, Y. B. (2022). A Study on the Mediating Effect of Financial Literacy Between Personality Traits and Irrational Buying Behaviors. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 736–746. <https://doi.org/10.37880/cumuiibf.1092137>
- Pratika, Y., Salahudin, S., Riyanto, D. W. U., & Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(3), 329–339. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2343>
- Rasyid, A., Willim, A. P., & Khaeryyah, S. (2024). The Millennial Money Mindset: Redefining Financial Competency. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7333–7338. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9989>
- Reddyson, R., Franky, F., Leonardy, L., Yeng, H., & Leonardo, V. (2022). Pengaruh Fitur Paylater terhadap Sifat Belanja yang Konsumtif pada Remaja di Kota Batam. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 261–268. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i2.13092>

- Restike, K. P., Presasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(1), 100–113. <https://doi.org/10.24167/jab.v22i1.11609>
- Rizky Yulia Nur. (2021). Tinjauan Yuridis Terhadap Gesek Tunai Pada Kartu Kredit Sebagai Alat Pembayaran. *JOM Fakultas Hukum Universitas Riau*. Retrieved from <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFHUKUM/article/viewFile/23615/22871>
- Rodriguez, J. M., Labong, D. C., & Palallos, L. (2024). The Mediation of Financial Behavior to Financial Literacy and Spending Habits of Gen Z: An Exploratory Factor Analysis. *Journal of Global Awareness*, 5(2), 1–21. <https://doi.org/10.24073/jga/5/02/05>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Sue, D., Ray, P., Talaei-Khoei, A., Jonnagaddala, J., & Vichitvanichphong, S. (2014). Assessing Video Games to Improve Driving Skills: A Literature Review and Observational Study. *JMIR Serious Games*, 2(2), e5. <https://doi.org/10.2196/games.3274>
- Sundaram, G., & Berleant, D. (2023). *Proceedings of Eighth International Congress on Information and Communication Technology*. (X.-S. Yang, R. S. Sherratt, N. Dey, & A. Joshi, Eds.) (Vol. 693). Singapore: Springer Nature Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-99-3243-6>
- Susanti, R., & Wangdra, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan dan Locus of Control Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Jurusan Akuntansi. <https://doi.org/https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1090>
- Susanti, S. (2017). Pengaruh locus of control internal dan pendapatan terhadap literasi keuangan mahasiswa. *Jurnal ekonomi pendidikan dan kewirausahaan*, 4(1), 5. <https://doi.org/10.26740/jepk.v4n1.p5-17>
- Syah, M. A. (2022). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 545–553. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n2.p545-553>
- Syariah, E., Sunan, U., & Yogyakarta, K. (2019). Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah Rohmatun Nafiah Ahmad Faih. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v6i2>
- Tzora, V. A. (2025). Defining the Predictors of Financial Literacy for High-School Students. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(2), 45. <https://doi.org/10.3390/jrfm18020045>
- van Raaij, W. F. (2014). Consumer Financial Behavior. *Foundations and Trends® in Marketing*, 7(4), 231–351. <https://doi.org/10.1561/17000000039>
- Virly, N., & Muhid, A. (2023). Mengubah Perilaku Compulsive Buying Pada Remaja Melalui Cognitive Behavioral Therapy: Literature Review. *Psycho Aksara: Jurnal Psikologi*, 1(1), 9–18. <https://doi.org/10.28926/pyschoaksara.v1i1.737>
- Widiyanto, W., Lindiyatmi, P., & Yulianto, A. (2022). Locus of control as a mediating variable for the factors influencing consumptive behavior among students. *Innovative Marketing*, 18(4), 97–109. [https://doi.org/10.21511/im.18\(4\).2022.09](https://doi.org/10.21511/im.18(4).2022.09)