

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN LAYANAN BUY NOW PAY LATER (BNPL) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Savana Nadira¹, Dadang Agus Suryanto²

^{1,2}Universitas Ekuitas Indonesia

savananadira@gmail.com¹, dadang.agus@ekuitas.ac.id²

Abstract

This study aims to determine the influence of financial literacy and the use of Buy Now Pay Later (BNPL) services on the consumptive behavior of 2022-cohort Management students at Universitas Ekuitas. A quantitative research method with a causal-associative approach was employed. Data were collected via questionnaires from 100 respondents selected through purposive sampling and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 26. The results indicate that financial literacy does not have a significant effect on students' consumptive behavior, whereas the use of BNPL has a positive and significant effect. Simultaneously, financial literacy and BNPL usage significantly influence students' consumptive behavior, with a coefficient of determination (R^2) of 0.207; this indicates that 20.7% of the variation in consumptive behavior can be explained by these two variables, while the remainder is influenced by variables outside the scope of this study. The study concludes that BNPL usage is a more dominant factor influencing students' consumptive behavior than financial literacy.

Keywords: Financial Literacy, Buy Now Pay Later (BNPL), Consumptive Behavior.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas angkatan 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan penggunaan BNPL berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Secara simultan, literasi keuangan dan penggunaan BNPL berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,207 yang menunjukkan bahwa 20,7% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan BNPL merupakan faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dibandingkan literasi keuangan.

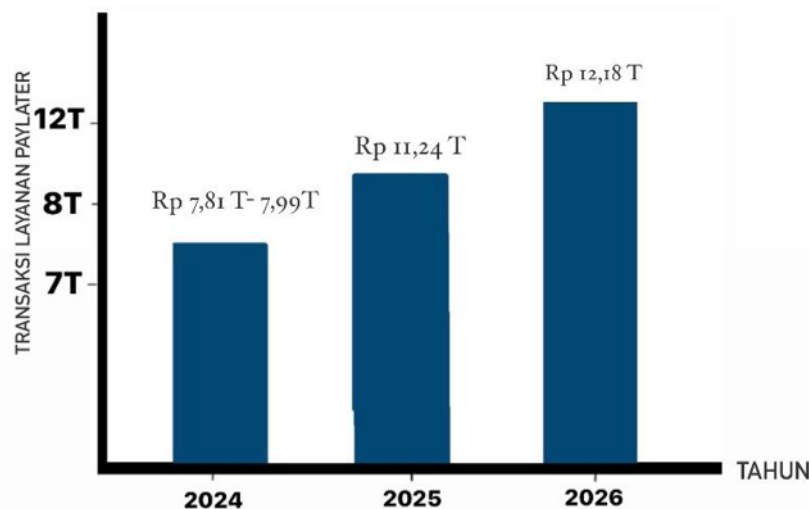
Kata Kunci : Literasi Keuangan, Buy Now Pay Later (BNPL), Perilaku Konsumtif.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor keuangan. Transformasi digital mendorong munculnya berbagai inovasi layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi, kemudahan akses, dan kecepatan transaksi. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah *financial technology* (fintech), yaitu layanan keuangan berbasis teknologi yang memungkinkan masyarakat melakukan berbagai aktivitas keuangan secara lebih praktis tanpa harus melalui proses perbankan konvensional (Darmawan et al., 2023; Mutaqien & Aslamiyah, 2024). Kehadiran fintech telah mengubah pola transaksi masyarakat, mulai dari pembayaran digital, pinjaman daring, investasi, hingga layanan pembiayaan yang semakin mudah diakses melalui perangkat seluler.

Salah satu layanan fintech yang mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah *Buy Now Pay Later* (BNPL). Layanan ini memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu, kemudian melakukan pembayaran pada waktu tertentu secara cicilan sesuai ketentuan penyedia layanan (Cheng & Huo, 2025). Kemudahan proses registrasi, persyaratan yang relatif sederhana, serta fleksibilitas pembayaran menjadikan BNPL semakin diminati oleh masyarakat. Berbagai platform digital seperti Shopee PayLater, Kredivo, GoPayLater, Akulaku, dan penyedia layanan lainnya terus mengembangkan fitur BNPL sebagai alternatif pembiayaan yang praktis dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat.

Perkembangan layanan BNPL tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga secara global. Berdasarkan data Statista (2024), penggunaan layanan BNPL diproyeksikan terus meningkat dengan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sekitar 9% selama periode 2023–2028 di lebih dari 40 pasar *e-commerce* dunia. Tingkat adopsi tertinggi tercatat di kawasan Eropa Barat, sementara negara-negara Asia Tenggara seperti Indonesia, Malaysia, dan Vietnam menjadi pasar dengan jumlah pengguna yang terus bertambah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa layanan BNPL telah menjadi salah satu metode pembayaran digital yang berkembang paling cepat dan memiliki prospek pertumbuhan yang besar.



Gambar 1 Perkembangan Pembiayaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) di Indonesia Tahun 2024–2026

Di Indonesia, pertumbuhan penggunaan layanan BNPL juga menunjukkan tren yang positif. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nilai pembiayaan BNPL pada tahun 2024 berada pada kisaran Rp7,81 triliun hingga Rp7,99 triliun. Pada tahun 2025 nilai tersebut meningkat menjadi sekitar Rp11,24 triliun atau tumbuh sebesar 42,3%. Tren peningkatan tersebut berlanjut pada tahun 2026 dengan nilai pembiayaan mencapai Rp12,18 triliun atau meningkat sebesar 8,4% dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin menerima penggunaan layanan BNPL sebagai salah satu alternatif pembiayaan dalam melakukan transaksi, khususnya pada aktivitas belanja secara daring.

Fenomena meningkatnya penggunaan BNPL juga terjadi pada kalangan mahasiswa. Sebagai bagian dari generasi muda yang akrab dengan perkembangan teknologi digital, mahasiswa menjadi salah satu kelompok pengguna layanan keuangan digital yang cukup aktif. Kemudahan akses aplikasi, proses persetujuan yang cepat, serta berbagai promosi seperti potongan harga, *cashback*, dan cicilan tanpa bunga menjadi daya tarik utama penggunaan BNPL di kalangan mahasiswa. Selain itu, aktivitas belanja melalui platform *e-commerce* yang semakin meningkat turut mendorong pemanfaatan layanan tersebut dalam memenuhi berbagai kebutuhan maupun keinginan konsumsi.

Di balik berbagai kemudahan yang ditawarkan, penggunaan layanan BNPL juga memiliki sejumlah risiko yang perlu diperhatikan. Kemudahan memperoleh fasilitas

pembiayaan tanpa proses yang rumit berpotensi mendorong individu melakukan pembelian secara berlebihan. Penggunaan BNPL yang tidak disertai kemampuan mengelola keuangan dengan baik dapat menyebabkan penumpukan utang (*over-indebtedness*), keterlambatan pembayaran yang menimbulkan denda, hingga menurunnya kemampuan mengendalikan pengeluaran. Kondisi tersebut juga dapat memicu perilaku pembelian impulsif karena konsumen merasa tidak perlu mengeluarkan uang secara langsung pada saat melakukan transaksi.

Perubahan pola transaksi melalui layanan BNPL diduga berpengaruh terhadap munculnya perilaku konsumtif, khususnya pada mahasiswa. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang atau jasa yang lebih didasarkan pada keinginan dibandingkan kebutuhan sehingga sering kali dilakukan tanpa mempertimbangkan manfaat maupun kondisi keuangan (Astuti & Angelina, 2024). Menurut Priyono dan Rohmah (2022), perilaku konsumtif ditandai dengan pembelian yang berlebihan, tidak rasional, dan cenderung dipengaruhi oleh faktor emosional. Mahasiswa termasuk kelompok yang rentan terhadap perilaku tersebut karena berada pada fase perkembangan yang mudah dipengaruhi oleh tren, lingkungan sosial, serta kemudahan akses terhadap berbagai layanan digital.

Selain penggunaan BNPL, faktor lain yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (2024) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku seseorang dalam mengambil keputusan keuangan guna mencapai kesejahteraan finansial. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik diharapkan mampu mengelola pengeluaran secara lebih bijaksana, memahami manfaat maupun risiko penggunaan produk keuangan, serta mampu mempertimbangkan kemampuan membayar sebelum menggunakan fasilitas kredit digital seperti BNPL.

Meskipun demikian, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih memerlukan perhatian. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2023), indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mengalami peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, namun belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan secara bijak. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara tingkat pemahaman keuangan dengan perilaku pengambilan keputusan finansial. Akibatnya, individu yang telah

memahami konsep dasar keuangan belum tentu mampu menerapkannya secara konsisten dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Literasi et al. (2026) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, penelitian Oktarina et al. (2026) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Di sisi lain, penelitian mengenai penggunaan BNPL umumnya menemukan bahwa kemudahan layanan tersebut mampu meningkatkan kecenderungan konsumsi masyarakat. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan, penggunaan BNPL, dan perilaku konsumtif masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Selain adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menganalisis pengaruh literasi keuangan atau penggunaan BNPL secara terpisah. Penelitian yang menguji kedua variabel tersebut secara simultan terhadap perilaku konsumtif, khususnya pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas, masih relatif terbatas. Padahal, mahasiswa merupakan kelompok yang aktif memanfaatkan layanan keuangan digital sekaligus memiliki pengetahuan dasar mengenai manajemen keuangan sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas angkatan 2022, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam memperkaya kajian mengenai perilaku konsumtif mahasiswa di era digital, sekaligus menjadi referensi bagi perguruan tinggi maupun pihak terkait dalam meningkatkan edukasi literasi keuangan dan penggunaan layanan keuangan digital secara lebih bijaksana.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal (*explanatory research*) untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas angkatan 2022 yang berjumlah 267 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel menggunakan aplikasi **G*Power** dengan parameter *effect size* (f^2) sebesar 0,15, tingkat signifikansi (α) 0,05, *power* ($1-\beta$) sebesar 0,80, dan dua variabel independen, sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 68 responden. Penelitian ini menggunakan 100 responden agar memenuhi kecukupan sampel dalam analisis statistik.

Teknik pengambilan sampel menggunakan **purposive sampling** dengan kriteria responden, yaitu: (1) mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas angkatan 2022; (2) pernah atau sedang menggunakan layanan BNPL; dan (3) bersedia menjadi responden penelitian.

Penelitian ini terdiri atas dua variabel independen, yaitu Literasi Keuangan (X_1) dan Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) (X_2), serta satu variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif (Y). Literasi keuangan diukur melalui indikator pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap keuangan. Penggunaan BNPL diukur melalui kemudahan akses layanan, fleksibilitas pembayaran, dan daya tarik promosi. Sementara itu, perilaku konsumtif diukur melalui indikator pembelian impulsif, pembelian boros atau mewah, serta pembelian yang tidak rasional. Seluruh item diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (*sangat tidak setuju*) hingga 5 (*sangat setuju*).

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form dan secara luring kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, serta publikasi resmi yang relevan dengan topik penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi **Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 26**. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (R^2) untuk menguji pengaruh literasi keuangan dan penggunaan BNPL terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas angkatan 2022 yang memenuhi kriteria penelitian. Berdasarkan jenis kelamin, responden

didominasi oleh perempuan sebanyak 74 orang (74%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 26 orang (26%). Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 21–23 tahun sebanyak 84 orang (84%), diikuti usia 17–20 tahun sebanyak 9 orang (9%) dan usia di atas 24 tahun sebanyak 7 orang (7%).

Berdasarkan jenis layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang digunakan, mayoritas responden menggunakan Shopee PayLater sebanyak 81%, diikuti GoPayLater sebesar 11%, Kredivo sebesar 4%, dan Akulaku sebesar 2%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Shopee PayLater merupakan layanan BNPL yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas.

2. Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Literasi Keuangan, Penggunaan BNPL, dan Perilaku Konsumtif memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar daripada nilai r tabel (0,1966), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Variabel Literasi Keuangan memperoleh nilai sebesar 0,867, Penggunaan BNPL sebesar 0,901, dan Perilaku Konsumtif sebesar 0,909. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel karena mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

3. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,159. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga data penelitian berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,840 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,190. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas karena nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

Selain itu, hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik *scatterplot* menunjukkan penyebaran titik residual yang acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas sehingga layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5,805 - 0,054X_1 + 0,669X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi Literasi Keuangan (X_1) bernilai negatif sebesar -0,054, sedangkan koefisien Penggunaan BNPL (X_2) bernilai positif sebesar 0,669. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan penggunaan BNPL cenderung meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan literasi keuangan memiliki hubungan negatif, namun pengaruhnya tidak signifikan.

5. Uji Hipotesis

Hasil uji parsial (*uji t*) menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,745 yang lebih besar dari 0,05 sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, variabel Penggunaan BNPL memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil uji simultan (*uji F*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Literasi Keuangan dan Penggunaan BNPL secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,207 menunjukkan bahwa Literasi Keuangan dan Penggunaan BNPL mampu menjelaskan 20,7% variasi perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan 79,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pengetahuan dan pemahaman keuangan yang dimiliki mahasiswa belum tentu diikuti oleh perilaku pengelolaan keuangan yang lebih rasional dalam aktivitas konsumsi. Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik masih berpotensi melakukan pembelian secara konsumtif apabila dipengaruhi oleh faktor lain, seperti gaya hidup, lingkungan sosial, maupun kemudahan akses layanan keuangan digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Oktarina et al. (2026) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku

konsumtif, namun berbeda dengan penelitian Literasi et al. (2026) yang menemukan adanya pengaruh negatif dan signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Berbeda dengan literasi keuangan, penggunaan layanan BNPL terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, serta berbagai promosi yang ditawarkan oleh penyedia layanan mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian tanpa harus membayar secara langsung. Kondisi tersebut meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif dan konsumsi yang berorientasi pada keinginan dibandingkan kebutuhan. Temuan ini mendukung teori bahwa kemudahan akses kredit digital dapat meningkatkan perilaku konsumtif serta sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa penggunaan BNPL berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumsi di kalangan generasi muda.

Secara simultan, literasi keuangan dan penggunaan BNPL berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Meskipun literasi keuangan tidak berpengaruh secara parsial, keberadaannya bersama penggunaan BNPL tetap memberikan kontribusi terhadap model penelitian. Namun demikian, nilai koefisien determinasi sebesar 20,7% menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar penelitian, seperti gaya hidup, pengaruh teman sebaya, pendapatan, kontrol diri, maupun intensitas penggunaan media sosial. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model penelitian dengan memasukkan variabel-variabel tersebut sehingga mampu memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *buy now pay later* (BNPL) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas angkatan 2022, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas angkatan 2022. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,745 yang lebih besar dari 0,05 ($0,745 > 0,05$), sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa tidak secara langsung memengaruhi perilaku konsumtif mereka.

2. Penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas angkatan 2022. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan layanan BNPL, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Literasi Keuangan dan Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Ekuitas angkatan 2022. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,207 atau 20,7%, yang berarti variabel Literasi Keuangan dan Penggunaan BNPL mampu menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif Mahasiswa sebesar 20,7%, sedangkan sisanya sebesar 79,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Darajat Martadikusuma. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Buy Now Pay Later (BNPL) di Indonesia: Tinjauan Regulasi dan Praktik Bisnis. *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(2), 489–504.
<https://doi.org/10.61104/alz.v3i2.1062>
- Afrilia, V., Zulaihati, S., & Kismayanti Respati, D. (2025). Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 450–458.
- Andini, I. P., & Auna, M. S. S. (2025). Hubungan Antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Melalui E-Commerce Pada Mahasiswa. 1(1), 40–53.
- Arias, J. de D. (2018). *Santander, Esquicio Biografico del Procer*. 7(2018).
- Astuti, R. D., & Angelina, L. (2024). Analisis determinan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 3(1), 81–89.
<https://doi.org/10.20885/jkek.vol3.iss1.art11>
- Aziz, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 142–158.
- Bado, B., Astuty, S., Retno, D., Astuti, D., & Rajab, A. (2025). *Jurnal Bisnis Net Volume : 8 No . 1 Juni , 2025 | ISSN : 2621-3982 EISSN : 2722-3574 ANALISIS DAMPAK LAYANAN PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR*

(*STUDI KASUS MAHASISWA UNM*) *Jurnal Bisnis Net Volume : 8 No . 1 Juni , 2025* |
ISS. (1), 181–187.

- Bano, D. M., & Khan, D. M. A. (2025). Buy Now Pay Later: a Deferred Payment Option. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*, 07(03), 338–345. <https://doi.org/10.38193/ijrcms.2025.7325>
- Cheng, Y., & Huo, J. (2025). Adoption of Buy Now, Pay Later (BNPL): A Time Inconsistency Perspective. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* , 20(2), 1–22. <https://doi.org/10.3390/jtaer20020081>
- Darmawan, A. G., Abdullah, M., Firdausi, Z., Anggraeni, E., & Amrozi, Y. (2023). FINANCIAL TECHNOLOGY DAN MASA DEPAN MODEL TRANSAKSI KEUANGAN GLOBAL. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(2).
- Hasibuan, N. L., & Fauzan, A. Al. (2025). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital Pada Penggunaan E-Wallet Dan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(6), 301–311. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i6.5232>
- Iranda, A. D., & Rahmawati, D. (2023). Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia. *Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 21(1), 19–40.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jpakun/article/view/57747/19824>.