

SKRIPSI
PENGARUH LITERASI KEUANGAN, EMOSI, DAN
PEMBELIAN KOMPULSIF TERHADAP
KECENDERUNGAN BERUTANG



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : PRISCILLA PATRICIA KALINA

NIM : 115210447

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

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2024

SKRIPSI
PENGARUH LITERASI KEUANGAN, EMOSI, DAN
PEMBELIAN KOMPULSIF TERHADAP
KECENDERUNGAN BERUTANG



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : PRISCILLA PATRICIA KALINA

NIM : 115210447

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

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Priscilla Patricia Kalina
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210447
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, 2 Desember 2024



Priscilla Patricia Kalina

Nama Lengkap Mahasiswa

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 : PRISCILLA PATRICIA KALINA
NIM : 115210447
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEUANGAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH LITERASI KEUANGAN,
EMOSI, DAN PEMBELIAN KOMPULSIF
TERHADAP KECENDERUNGAN
BERUTANG

Jakarta, 20 November 2024

Pembimbing,



(Halim Putera Siswanto, S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : PRISCILLA PATRICIA KALINA
NIM : 115210447
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH LITERASI KEUANGAN,
EMOSI, DAN PEMBELIAN KOMPULSIF
TERHADAP KECENDERUNGAN
BERUTANG

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 12 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : - Carol Daniel Kadang, S.E., M.M.
- Halim Putera Siswanto, S.E., M.M.

Jakarta, 7 Januari 2024

Pembimbing,



(Halim Putera Siswanto, S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS

JAKARTA

- (A) PRISCILLA PATRICIA KALINA (115210447)
- (B) THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, EMOTION, AND COMPULSIVE BUYING ON PROPENSITY TO INDEBTEDNESS
- (C) XVII + 88 Pages, 26 Tables, 2 Pictures, 20 Attachments
- (D) FINANCIAL MANAGEMENT
- (E) *Abstrak: The development of technology is currently affecting various aspects of life, including the economy, with the development of non-cash payment systems that are starting to be widely used by the public. In the midst of shopping activities that are widely carried out digitally or through e-commerce, various types of non-cash payments are offered to support the ease of transactions, such as paylater services. The convenience of using paylater services in making transactions without having to spend money directly but postpone payments to a later time can make a person have a propensity to indebtedness behavior. This study aims to examine the influence of financial literacy, emotions, and compulsive buying on the propensity to indebtedness in millennials and generation z in Bogor who have used paylater. The sample in this study amounted to 171 respondents who are millennials and generation z who live in Bogor and have used paylater services. Respondent data was obtained through a questionnaire with purposive sampling technique. The data obtained was then processed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) technique. The results show that there is a positive and significant influence between financial literacy and compulsive buying with the propensity to indebtedness, and there is a negative and significant influence between emotions with the propensity to indebtedness.*
Keywords: *propensity to indebtedness, financial literacy, emotion, compulsive buying, paylater*

(F) *References* 65

(G) Halim Putera Siswanto, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

- (A) PRISCILLA PATRICIA KALINA (115210447)
- (B) PENGARUH LITERASI KEUANGAN, EMOSI, DAN PEMBELIAN KOMPULSIF TERHADAP KECENDERUNGAN BERUTANG
- (C) XVII + 88 HALAMAN, 26 TABEL, 2 GAMBAR, 20 LAMPIRAN
- (D) MANAJEMEN KEUANGAN
- (E) Abstrak: Perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, dengan berkembangnya sistem pembayaran non tunai yang mulai banyak digunakan oleh masyarakat. Di tengah aktivitas belanja yang marak dilakukan secara digital atau melalui e-commerce, berbagai jenis pembayaran non tunai ditawarkan untuk menunjang kemudahan dalam bertransaksi, seperti layanan *paylater*. Kemudahan dalam menggunakan layanan *paylater* dalam melakukan transaksi tanpa harus mengeluarkan uang secara langsung melainkan menunda pembayaran ke lain waktu dapat membuat seseorang memiliki perilaku kecenderungan untuk berutang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, emosi, dan pembelian kompulsif terhadap kecenderungan berutang pada generasi milenial dan generasi z di Bogor yang pernah menggunakan *paylater*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 171 responden yang merupakan generasi milenial dan generasi z yang berdomisili di Bogor dan pernah menggunakan layanan *paylater*. Data responden diperoleh melalui kuesioner dengan teknik pengumpulan sampel *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan teknik *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan dan pembelian kompulsif dengan kecenderungan berutang, dan terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara emosi dengan kecenderungan berutang.

Kata Kunci: kecenderungan berutang, literasi keuangan, emosi, pembelian kompulsif, *paylater*.

(F) Daftar Pustaka 65

(G) Halim Putera Siswanto, S.E., M.M.

By seeking and blundering we learn.

Karya ini saya persembahkan untuk:
Kedua orang tua dan seluruh keluarga tercinta,
Teman-teman seperjuangan,
Seluruh pengajar dan pembimbing yang terhormat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, rahmat, dan anugerah-Nya yang memberikan kelancaran dan kekuatan bagi penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh syukur, penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Emosi, dan Pembelian Kompulsif terhadap Kecenderungan Berutang” untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin berjalan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Halim Putera Siswanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, dan arahan dalam membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen dan juga staf pengajar Universitas Tarumanagara, yang telah membimbing, memberikan seluruh ilmu dan juga pengajarannya kepada penulis selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Kedua orang tua dan seluruh anggota keluarga yang senantiasa memberikan doa dukungan dalam perjalanan pendidikan ini.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan teristimewa pada Ely Irmawati, Jenny Valencia, dan Jocelyn Andrene yang senantiasa memberikan dukungan, ide, dan motivasi selama perjalanan akademik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Kritik dan saran sangat penulis harapkan sebagai bahan

pembelajaran penulis untuk menjadi lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 25 November 2024

Hormat Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Priscilla' followed by a stylized surname.

Priscilla Patricia Kalina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRACT (English).....	v
ABSTRAK (Indonesia).....	vii
HALAMAN MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	7
3. Batasan Masalah.....	7
4. Rumusan Masalah	8
B. Tujuan dan Manfaat.....	8
1. Tujuan.....	8
2. Manfaat.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Gambaran Umum Teori.....	9
B. Definisi Konseptual Variabel.....	10
1. Definisi Literasi Keuangan.....	10
2. Definisi Emosi	10
3. Definisi Pembelian Kompulsif	11
4. Definisi Kecenderungan Berutang	11
C. Kaitan antar Variabel	12

1. Kaitan antara Literasi Keuangan dan Kecenderungan Berutang.....	12
2. Kaitan antara Emosi dan Kecenderungan Berutang.....	13
3. Kaitan antara Pembelian Kompulsif dan Kecenderungan Berutang	13
D. Penelitian yang Relevan	15
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Desain Penelitian.....	27
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	28
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	29
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	33
E. Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Subjek Penelitian	37
B. Deskripsi Objek Penelitian	42
C. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas	45
D. Hasil Analisis Data	49
E. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Keterbatasan dan Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	87

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	15
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran	38
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan per Bulan	40
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Aplikasi Paylater yang Digunakan	41
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Literasi Keuangan	42
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Emosi	43
Tabel 4.9 Tanggapan Responden atas Pernyataan Pembelian Kompulsif.....	44
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kecenderungan Berutang	45
Tabel 4.11 Hasil Analisis Validitas Konvergen Nilai Loading Factor	46
Tabel 4.12 Hasil Analisis Validitas Konvergen Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	46
Tabel 4.13 Hasil Analisis Heretroit-Monotrait Ratio (HTMT)	47
Tabel 4.14 Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker</i>	47
Tabel 4.15 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	48
Tabel 4.16 Hasil Analisis Reliabilitas.....	48
Tabel 4.17 Hasil Analisis <i>R Square</i>	49
Tabel 4.18 Hasil Analisis <i>Q Square</i>	49
Tabel 4.19 Hasil Analisis <i>Variance Inflation Factor</i>	50
Tabel 4.20 Hasil Analisis <i>F Square</i>	51
Tabel 4.21 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> dan Hipotesis Pertama	52
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Path Coeffiecient</i> dan Hipotesis Kedua	52
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Path Coeffiecient</i> dan Hipotesis Ketiga.....	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Hipotesis menggunakan metode <i>Bootstrapping</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	68
Lampiran 2 Tanggapan Responden	73
Lampiran 3 Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran.....	81
Lampiran 4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Lampiran 5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	82
Lampiran 6 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
Lampiran 7 Jumlah Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan per Bulan...	82
Lampiran 8 Jumlah Responden Berdasarkan Aplikasi Paylater yang Digunakan.	83
Lampiran 9 Hasil Analisis <i>Loading Factor (Outer Loadings)</i>	83
Lampiran 10 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan Average Variance Extracted</i>	84
Lampiran 11 Hasil Analisis <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>	84
Lampiran 12 Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker</i>	84
Lampiran 13 Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i>	84
Lampiran 14 Hasil Analisis <i>R Square</i>	85
Lampiran 15 Hasil Analisis <i>Q Square</i>	85
Lampiran 16 Hasil Analisis <i>Variance Inflation Factor</i>	85
Lampiran 17 Hasil Analisis <i>F Square</i>	86
Lampiran 18 Hasil Analisis Original Sample, T-value, dan Path Coefficient.....	86
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup	87
Lampiran 20 Hasil Turnitin	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, salah satunya berdampak pada bidang ekonomi, meliputi perkembangan sistem pembayaran (Salsabil & Sudyasjayanti, 2020). Pembayaran non tunai mulai banyak digunakan oleh masyarakat global yang menyadari bahwa pembayaran tunai kini tidak lagi efisien (Pratami, 2018). Di tengah aktivitas belanja yang sudah marak dilakukan secara digital atau melalui *e-commerce*, berbagai macam jenis pembayaran ditawarkan perusahaan untuk menunjang kemudahan dalam bertransaksi, salah satunya melalui layanan *paylater*, di mana transaksi jual beli dapat dilakukan pada waktu yang sama namun pembayaran dapat dilakukan di lain hari. Menurut Maghfira *et al.* (2023), meskipun hutang dapat menjadi media untuk membantu mencapai tujuan keuangan seperti pendanaan dalam rumah tangga atau pendidikan, pengelolaan hutang yang buruk dapat berdampak serius pada masalah keuangan. Patulak *et al.* (2020) juga menyatakan, seseorang dapat menjadi terikat untuk menggunakan fasilitas berhutang berupa cicilan atau kredit secara terus menerus akibat kemudahan dalam prosesnya, dibandingkan harus terlebih dahulu menunggu terkumpulnya uang pribadi lalu membayarnya secara tunai. Kenyamanan dalam pemakaian dan mengandalkan pilihan layanan *paylater* dalam melakukan transaksi tanpa harus mengeluarkan uang secara langsung secara berkelanjutan dapat membuat masyarakat menjadi memiliki perilaku kecenderungan untuk berhutang atau dapat disebut sebagai *propensity to indebtedness*.

Badan Pusat Statistik mencatat penduduk usia produktif di Indonesia, yaitu pada jenjang usia 15 hingga 64 tahun pada tahun 2023 berjumlah sekitar 192,67 juta jiwa yang menyatakan bahwa usia produktif masih menduduki persentase yang lebih besar dibandingkan usia non produktif. Rentang usia

atau tahun kelahiran juga dapat dikelompokkan menjadi beberapa generasi, seperti generasi Milenial dan generasi Z (Wijaya & Setyawan, 2024). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2020), generasi Milenial merupakan penduduk yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996, sedangkan generasi Z merupakan penduduk yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Generasi Milenial dan generasi Z lahir dan hidup di zaman pesatnya perkembangan teknologi sehingga mempengaruhi pola pikir dan perilaku konsumen mereka (Rudiwanto, 2018; Wijaya & Setyawan, 2024).

PT Pefindo Biro Kredit menyatakan per Desember 2023, sebanyak 13,4 juta masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif layanan *paylater* atau *Buy-Now-Pay-Later* (Untari, 2024). Jumlah tersebut meningkat sebesar 1,12% dari Desember 2022 (Untari, 2024). PT Pefindo Biro Kredit (dalam Untari, 2024) mencatat, pengguna *paylater* pada tahun 2023 didominasi oleh generasi Milenial dengan rata-rata sebesar 6,99 juta debitur per bulan, sedangkan pengguna generasi Z mencapai 4,59 juta debitur per bulan. Kerja sama antara Kredivo dengan Katadata Insight Center melakukan riset yang menghasilkan data bahwa generasi milenial dan generasi Z mendominasi penggunaan *paylater* pada tahun 2023, yaitu sebesar 43,9% dari kalangan yang berusia 26 hingga 35 tahun dan 26,5% dari usia 15 hingga 25 tahun. Dilansir dari Kompas.com, per Mei 2024 Otoritas Jasa Keuangan melaporkan penyaluran piutang pembiayaan perusahaan dalam pembiayaan *Buy-Now-Pay-Later* dengan total 6,81 triliun Rupiah dan secara tahunan mengalami kenaikan 33,64 persen dibandingkan periode sebelumnya. Penyebab fenomena *paylater* tersebut dilaporkan di dalam Laporan Perilaku Pengguna *Paylater* Indonesia 2024 oleh Kredivo bersama Katadata Insight Center diakibatkan pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19 disertai dengan kemudahan dalam mendaftar dan persetujuan pembiayaan yang tidak menunggu waktu yang lama dari *paylater* tersebut (Kompas, 2024). Dalam laporan yang sama juga menyatakan bahwa provinsi Jawa Barat menduduki peringkat pertama dalam provinsi dengan pengguna *paylater* terbanyak selama periode 2021 hingga 2023 baik salam transaksi *online* maupun *offline*.

Untuk dapat menghindari risiko kerugian dan penyesalan akibat kesalahan dalam pengelolaan keuangan, penambahan literasi dan kemampuan finansial merupakan hal yang diperlukan untuk dapat mengambil keputusan keuangan yang bijaksana (Marheni, 2020). Studi kasus yang dilakukan oleh Doosti dan Karampour (2017) yang meneliti pelanggan dari Maskan Bank di Tehran Province menyatakan bahwa literasi keuangan, meliputi mencatat dan mengendalikan keuangan pribadi, menetapkan tujuan keuangan yang mempengaruhi pengelolaan keuangan, mengikuti anggaran atau rencana pengeluaran mingguan atau bulanan dan mengelola pembayaran tagihan tepat waktu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kecenderungan berutang. Namun, hasil berbeda dikemukakan oleh Yusbardini dan Andnani (2023) dan Farrenlie dan Pamungkas (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap kecenderungan berutang, sehingga semakin tingginya tingkat literasi keuangan maka akan menurunkan kecenderungan berutang.

Meskipun literasi keuangan berperan penting dalam hal pengambilan keputusan keuangan, Ottaviani dan Vandone (2010, dalam Widjaja & Pertiwi, 2020) menyatakan bahwa respons emosional dianggap sebagai faktor utama dalam mengambil keputusan finansial. Emosi berkaitan dengan kemampuan individu untuk mengekspresikan emosinya ketika menangani keputusan keuangan (Rahman *et al.*, 2020). Flores dan Vieira (2014) juga menyatakan bahwa emosi mempengaruhi perilaku masyarakat, mulai dari perilaku dalam hal konsumsi, pengambilan risiko, hingga pengambilan keputusan. Emosi yang berkaitan dengan perilaku kecenderungan untuk berutang meliputi kemarahan, ketakutan, kecemburuan, rasa malu, rasa bangga, gugup, dan lainnya (Azma *et al.*, 2019). Hasil penelitian oleh Susilowati dan Lutfi (2024), Flores dan Vieira (2014) menyatakan bahwa emosi berpengaruh negatif terhadap kecenderungan berutang.

Faktor psikologis lainnya yang mempengaruhi keputusan finansial, yaitu sikap terlalu percaya diri atau *overconfidence*. *Overconfidence* merupakan keadaan di mana seseorang memiliki keyakinan pada

kemampuannya, terutama dalam hal keuangan yang lebih dibandingkan orang lain. Verma (2017) menyatakan individu yang kurang dalam memahami tingkat pengetahuan finansialnya karena keyakinan diri yang terlalu berlebihan cenderung tidak berhati-hati dalam mengambil keputusan, terlepas dari tingkat literasi keuangan mereka. Penelitian oleh Selvaraja dan Abdullah (2019) di Malaysia menyatakan bahwa konsumen yang memiliki keyakinan diri berlebih menghasilkan kecenderungan tinggi untuk berutang. Studi oleh Perry dan Morris (2005) menyatakan rasa keyakinan diri yang berlebihan mempengaruhi perilaku menabung, belanja, dan perencanaan yang berdampak pada pengambilan keputusan konsumsi atau kecenderungan untuk berutang (Selvaraja & Abdullah, 2019).

Keyakinan berlebih pada pengelolaan keuangannya kerap kali berujung pada keinginan untuk membeli produk-produk mewah. Materialisme merupakan kecenderungan individu untuk memiliki produk-produk mewah, individu yang memiliki tingkat materialisme yang rendah dapat menahan diri untuk membeli produk-produk mewah sehingga dapat terhindar dari risiko perilaku berutang melalui pengelolaan keuangan yang baik (Wahono & Pertiwi, 2020). Richins dan Dawson membentuk tiga dimensi dalam nilai-nilai material, meliputi kepemilikan harta benda sebagai indikator untuk menentukan keberhasilan diri sendiri dan orang lain (kesuksesan), harta benda dalam pusat kehidupan seseorang (sentralitas), dan persepsi bahwa harta benda dapat memperoleh kebahagiaan dan kepuasan hidup (Richins, 2004). Penelitian yang dilakukan oleh Syaech dan Iramani (2024), Satrida dan Lutfi (2024) menyatakan bahwa sikap materialisme memiliki pengaruh positif terhadap perilaku kecenderungan berhutang, sehingga semakin tingginya tingkat materialisme pada masyarakat maka akan meningkat pula tingkat pengambilan keputusan masyarakat untuk berutang.

Persepsi risiko merupakan pandangan atau penilaian seseorang terhadap risiko yang dihadapinya (Anggun *et al.*, 2024). Individu dengan tingkat persepsi risiko yang lebih tinggi cenderung memiliki utang yang lebih rendah diakibatkan keengganan mereka dapat mencegah pengeluaran yang

tidak direncanakan (Flores & Vieira, 2014). Penelitian oleh Kalamatsyah dan Lutfi (2024), Susilowati dan Lutfi (2024) menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap kecenderungan berhutang yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi risiko seseorang maka semakin rendah perilaku kecenderungan untuk berhutang.

Persepsi penilaian terhadap uang atau *money value* menurut Doosti dan Karampour (2017) dibagi menjadi faktor positif dan negatif. Dalam persepsi positif, seseorang yang memiliki uang cenderung merasakan kesenangan, stabilitas, gengsi, dan kredibilitas, sedangkan dalam persepsi negatif meliputi kesenjangan sosial, kecemasan, ketakutan, dominasi, dan konflik. Penelitian oleh Mitta dan Pamungkas (2022), Farrenlie dan Pamungkas (2024) menyatakan variabel *money value* tidak memiliki pengaruh terhadap kecenderungan berhutang. Sehingga, ketika seseorang memiliki perilaku materialisme tinggi yang ditandai dengan ketergantungan pada produk-produk material hingga memberikan kesimpulan bahwa semakin banyaknya aset yang diperoleh akan membawa kualitas hidup dan meningkatkan kepuasan diri sehingga cenderung terjun ke dalam utang yang tinggi (Doosti & Karampour, 2017).

Orientasi menabung merupakan tindakan individu yang memiliki arah dan tujuan masa depan yang diinginkan, baik yang terkait dalam hal konsumsi maupun kesejahteraan keuangan (Kalamatsyah & Lutfi, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Antonides *et al.* (2011) mendapatkan hasil bahwa orientasi menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan, yang diartikan sebagai perilaku orientasi menabung yang semakin tinggi akan meningkatnya pula pengelolaan keuangan yang mengurangi tingkat kecenderungan individu untuk berhutang (Syaeach & Iramani, 2024).

Maraknya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan *paylater* melalui media sosial yang biasa digunakan oleh generasi milenial maupun generasi Z serta menyediakan berbagai penawaran yang kreatif dan menarik, seperti diskon, gratis ongkos kirim hanya untuk pengguna *paylater*, ditambah kurangnya literasi terkait dengan kemampuan finansialnya namun tetap

merasa percaya bahwa dirinya mampu untuk mengelola finansialnya sendiri dapat membawa seseorang menentukan keputusan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya atau *compulsive buying*. Penelitian oleh Iswariyadi *et al.* (2023), Wahono dan Pertiwi (2020), Prashella dan Leon (2020) menyatakan bahwa pembelian kompulsif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kecenderungan berutang. Semakin mudahnya seseorang melakukan proses transaksi, maka semakin tinggi pula kecenderungan masyarakat untuk melakukan pembelian kompulsif.

Berdasarkan hasil penelitian oleh Widjaja dan Pertiwi (2020), diungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan individu tidak berpengaruh pada perilaku kecenderungan untuk berutang, sehingga mereka akan tetap berutang meskipun memiliki tingkat literasi keuangan tinggi maupun rendah. Sedangkan, hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Yusbardini dan Andnani (2023), Farrenlie dan Pamungkas (2024) dan Silaban *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kecenderungan berutang, sehingga semakin tingginya tingkat literasi keuangan maka akan menurunkan kecenderungan berutang. Penelitian oleh Doosti dan Karampour (2017), Haikal *et al.* (2023) juga menyatakan hasil yang berbeda, bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kecenderungan berutang. Penelitian oleh Patulak *et al.* (2021), Susilowati dan Lutfi (2024) membuktikan bahwa variabel emosi memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kecenderungan berutang. Namun, hasil penelitian oleh Azma *et al.* (2019), Selvaraja dan Abdullah (2019) sebaliknya menyatakan bahwa emosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kecenderungan berutang. Achziger *et al.* (2015) melakukan penelitian mengenai hubungan antara variabel kontrol diri, pembelian kompulsif, dan utang pada masyarakat Jerman. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari literasi keuangan, emosi, dan pembelian kompulsif terhadap kecenderungan berutang terkhusus pada generasi milenial dan generasi Z yang pernah menggunakan *paylater* di Bogor.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka identifikasi masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh pada perilaku kecenderungan berutang.
- b. Emosi memiliki pengaruh terhadap perilaku kecenderungan berutang.
- c. Keyakinan diri berlebih memiliki pengaruh pada perilaku kecenderungan berutang.
- d. Tingkat materialisme seseorang memiliki pengaruh pada perilaku kecenderungan berutang.
- e. Tingkat persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap perilaku kecenderungan berutang.
- f. Penilaian terhadap uang memiliki pengaruh terhadap perilaku kecenderungan berutang.
- g. Orientasi menabung memiliki pengaruh terhadap pengelolaan keuangan terhadap perilaku kecenderungan untuk berutang.
- h. Pembelian kompulsif memiliki pengaruh terhadap perilaku kecenderungan berutang.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, berikut merupakan batasan untuk masalah penelitian:

- a. Penelitian hanya berfokus pada pengaruh variabel literasi keuangan, emosi, dan pembelian kompulsif terhadap kecenderungan berutang.
- b. Perilaku kecenderungan berutang yang hanya terbatas pada penggunaan layanan *paylater*, bukan layanan kredit lainnya.
- c. Subjek penelitian hanya ditujukan pada generasi milenial dan generasi z pengguna *paylater* di Bogor.

4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Apakah literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap kecenderungan berutang?
- b. Apakah emosi memiliki pengaruh terhadap kecenderungan berutang?
- c. Apakah pembelian kompulsif memiliki pengaruh terhadap kecenderungan berutang?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap kecenderungan berutang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh emosi terhadap kecenderungan berutang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh pembelian kompulsif terhadap kecenderungan berutang.

2. Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis, diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi baru mengenai penjelasan variabel-variabel meliputi literasi keuangan, emosi, pembelian kompulsif, dan kecenderungan berutang serta dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.
- b. Manfaat praktis, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan lebih luas terkait pengelolaan finansialnya untuk menghindari perilaku berhutang yang berlebihan.

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. doi: <http://dx.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)
- Anggun, A. D. L., Ilham, I. P., Agung, M. A. L., & Hana, H. L. J. (2024). Literature Review: Pengaruh Risk Perception, Overconfidence, Mental Accounting terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship*, 1(4), 837-851.
- Azma, N., Rahman, M., Adeyemi, A. A., & Rahman, M. K. (2019). Propensity toward indebtedness: evidence from Malaysia. *Review of Behavioral Finance*, 11(2), 188-200.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2023. Diakses 8 Agustus. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html?year=2023>
- Badan Pusat Statistik. (2021). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Generasi (Jiwa), 2020. Diakses 20 November 2024. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2>
- Doosti, B.A., & Karampour, A. (2017). The impact of behavioral factors on Propensity toward indebtedness Case Study: Indebted customers of Maskan Bank, Tehran province (Geographic regions: East). *Journal of Advances in Computer Engineering and Technology*, 3(3), 145-152.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design* (5th ed.). SAGE Publications

- Faber, R. J. and O'Guinn, T. (1989). Classifying Compulsive Consumers: Advances in the Development of A Diagnostic Tool, *Advances in Consumer Research*. 16(1), 738-744.
- Farrenlie, J. M., & Pamungkas, A. S. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Propensity to Indebtedness Pengguna Shopee Paylater di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 371-380.
- 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.
- Garaika & Darmanah, 2019. Metodologi Penelitian. CV. HIRA TECH, Lampung.
- 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., Sarstedt, M., Hopkins, L., Kuppelwieser, V. G., (2014) "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research", *European Business Review*, Vol. 26 Issue: 2, pp.106-121, <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3e). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Haikal, F., Ahmad G. N., Widyastuti U. (2023). Determinant Propensity toward Indebtedness in Indonesia. *Global Scientific and Academic Research Journal of Economics, Business and Management*. 2(7), 108-118.
- Hamid, R.S. dan Anwar, S.M. (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis. PT Inkubator Penulis Indonesia, Jakarta.
- Haryono, S. (2016). Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS. PT. Intermedia Personalia Utama, Jakarta.
- Henseler, J., Ringle, C.M. & Sinkovics, R.R. (2009), "The use of partial least squares path modeling in international marketing. *New Challenges to International Marketing (Advances in International Marketing, Vol. 20)*,

- Emerald Group Publishing Limited, Leeds, 277-319. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Henseler, J., Hubona, G. and Ray, P.A. (2016), "Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 116 No. 1, pp. 2-20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Iswariyadi, A., Kurniasari, F., Tannady, H., & Kazhim, M. A. (2023). How to Improve the Propensity to Indebtedness of Shopee Paylater Gen Z Users?. *Arkus*, 9(1), 308-312. <https://doi.org/10.37275/arkus.v9i1.295>
- 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>
- Kamalatsyah, T. A., & Lutfi, L. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko, Orientasi Menabung, dan Literasi Keuangan terhadap Kecenderungan Berhutang dengan Mediasi Pengendalian Diri. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 14(1), 14-24. <https://doi.org/10.52643/jam.v14i1.3905>
- Kredivo, Katadata Insight Center. 2024. Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024. Diakses pada 12 September 2024 dari <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024-Kredivo.pdf>
- Leong, L.-Y., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2018). The Effects of Facebook Browsing and Usage Intensity on Impulse Purchase in F-commerce. *Computers in Human Behavior*, 78, 160–173. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.03>
- Lestari A, A., & Kristiyanto, D. (2018). Pengaruh Orientasi Fashion, Money Attitude dan Self Esteem terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada Remaja (Studi pada Konsumen Produk Telepon Selular di Surabaya). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 4(2), 128.
- Maghfira et al. (2023). Pengaruh Financial Literacy dan Compulsive Buying Terhadap Propensity to Indebtedness. *Journal of Social and Economics Research*. 5(2). 2156-2168. <https://doi.org/10.54783/jser.v5i2.314>

- Marheni, D. K. 2020. Analisis Faktor *Financial Attitude, Financial Behavior, Financial Knowledge, Propensity To Indebtedness, Compulsive Buying* dan *Materialism* terhadap *Financial Literacy* di Masyarakat Kota Batam. *Jurnal Rekaman*, 4(2), 210-219.
- Mitta, D., & Pamungkas, A. S. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Materialism, Risk Perception, dan Money Value terhadap Propensity to Indebtedness. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 339-347.
- Müller, A., Mitchell, J. E., & de Zwaan, M. (2015). Compulsive buying. *The American Journal on Addictions*, 24(2), 132-137.
<https://doi.org/10.1111/ajad.12111>
- Muhammad. 2024. Milenial dan Gen Z Mendominasi Pengguna Paylater di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/07/04/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia>
- Siyoto, S. & Sodik, M. A., (2015). Dasar Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Syaech, A. N. & Iramani, R. (2024). Pengujian Model Kecenderungan Berhutang Masyarakat Metropolitan: Indonesia. *Modus*, 36(1), 127-142.
<https://doi.org/10.24002/modus.v36i1.8529>
- Obar, J. A., & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745–750. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.07.014>
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. Literasi Keuangan. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Pamungkas, A. S., Herwindiati, D. E., & Taba, M. I. (2024). Financial Literacy, Risk Perception, Materialism and Propensity to Indebtedness. *International Journal of Application on Economics and Business*, 2(1), 3044-3050.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Widya Gama Press, Jawa Timur.
- Patulak, L. E., Sarita, B., & Hamid, W. (2021). Pengaruh Emosi, Materialisme, Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Pengalaman Keuangan Terhadap

- Propensity to Indebtedness (Studi Pada Nasabah Kredit Plus Kendari). *JUMBO (Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi)*. 4(3), 31-42.
<http://dx.doi.org/10.33772/jumbo.v4i3.16357>
- Pellegrino A, Abe M., and Shannon R. (2022) The Dark Side of Social Media: Content Effects on the Relationship Between Materialism and Consumption Behaviors. *Frontiers in Psychology*. 13:870614. doi: 10.3389/fpsyg.2022.870614
- Pratami, S. W. (2018). Pengaruh Faktor Persepsi, Sosial-demografi Dan Keuangan Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai (Studi Kasus Pada Pengguna AMPK dan Uang Elektronik di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. 7(1).
- Prashella, D. A & Leon, F. M. 2020. Financial Literacy in Millenials Generation in Indonesia. Proceedings of the International Conference on Management, Accounting, and Economy (ICMAE 2020). 2352-5428. DOI: [10.2991/aebmr.k.200915.072](https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200915.072)
- Rahman, M., Azma, N., Masud, M. A. K., & Ismail, Y. (2020). Determinants of Indebtedness: Influence of Behavioral and Demographic Factors. *International Journal of Financial Studies*, 8(1), 8.
- Respati, A. R & Djumena, E. 2024. OJK: Pembiayaan Paylater Tembus Rp 6,8 Triliun Per Mei 2024. Diakses pada 9 Agustus 2024.
<https://money.kompas.com/read/2024/07/15/203700426/ojk--pembiayaan-paylater-tembus-rp-6-8-triliun-per-mei-2024>
- Respati *et al.* 2024. Hasil Riset: 68 Persen Masyarakat Pertama Kali Akses Kredit Lewat "Paylater". Diakses pada 9 Agustus 2024.
<https://money.kompas.com/read/2024/06/27/075516626/hasil-riset-68-persen-masyarakat-pertama-kali-akses-kredit-lewat-paylater#:~:text=Sedikit%20catatan%2C%20secara%20total%20pengguna,mencapai%2013%2C4%20juta%20pengguna.>
- Richins, M. L., & [David Glen Mick served as editor and Kent B. Monroe served as associate editor for this article.]. (2004). The Material Values Scale:

- Measurement Properties and Development of a Short Form. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 209–219. <https://doi.org/10.1086/383436>
- Rudhiwantoro, A. (2018). Langkah Penting Generasi Millennial Menuju Kebebasan Finansial Melalui Investasi. *Jurnal Moneter*, (5)1. 44-51. <https://doi.org/10.31294/moneter.v5i1.2502>
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian. Bantul: PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1-40). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Satrida, G., & Lutfi, L. (2024). Pengaruh Pengalaman Keuangan, Emosi, dan Nilai Uang terhadap Kecenderungan Berhutang dengan Mediasi Materialisme. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 9(1), 1-16. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v9i1.2737>
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition, Wiley & Sons, West Sussex.
- Selvaraja, M., & Abdullah, A. (2019). Psychological Factors Effects on Propensity towards Indebtedness by Applying the Behavioral Economic Theory: Evidence in Malaysia. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(4), 11824-11830.
- Silaban, C. Y., Fachrudin, K. A., Irawati, N., & Syahyunan, S. (2024). Analysis of the Influence of Financial Literacy, Compulsive Buying, and Income on Debt Behavior. *Indatu Journal of Management and Accounting*, 2(1), 9–18. <https://doi.org/10.60084/ijma.v2i1.159>
- Siti Aisjah. (2024) Intention to use buy-now-pay-later payment system among university students: a combination of financial parenting, financial self-efficacy, and social media intensity, *Cogent Social Sciences*, 10:1, 2306705, DOI: 10.1080/23311886.2024.2306705
- Siyoto, S & Sodik, M. 2015. DASAR METODOLOGI PENELITIAN. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Sudyasjayanti, C. & Salsabil, S. 2020. Manfaat Dan Kemudahan Yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan Go Pay Pada Generasi Y Di Surabaya. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. 4(2), 310-319. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8225>
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Susilowati, A. A., & Lutfi, L. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko, Emosi, dan Orientasi Menabung, Terhadap Kecenderungan Berhutang: Adakah Moderasi Jumlah Tanggungan?. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 12(1), 117-132.
- Trifiro, B. M., & Gerson, J. (2019). Social Media Usage Patterns: Research Note Regarding the Lack of Universal Validated Measures for Active and Passive Use. *Social Media + Society*, 5(2). <https://doi.org/10.1177/2056305119848743>
- Untari. 2023. Pengguna Paylater di Indonesia 13,4 Juta Orang, Jawa Barat Terbanyak <https://finansial.bisnis.com/read/20240307/563/1747467/pengguna-paylater-di-indonesia-134-juta-orang-jawa-barat-terbanyak>
- Utpal Dholakia, Leona Tam, Sunyee Yoon, Nancy Wong, The Ant and the Grasshopper: Understanding Personal Saving Orientation of Consumers, *Journal of Consumer Research*, Volume 43, Issue 1, June 2016, Pages 134–155, <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw004>
- Verma, R. (2017). Role of Self Deception, Overconfidence and Financial Aliteracy in Household Financial Decision Making. *The Journal of Applied Business and Economics*, 19(8), 94-109. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/role-self-deception-overconfidence-financial/docview/1992209012/se-2>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11, 274–302.

- Wahono, H. K., & Pertiwi, D. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Materialism, Compulsive Buying terhadap Propensity to Indebtedness. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 1(1), 1-14.
- Widjaja, R., & Pertiwi, D. (2020). The Influence of Emotional Factors, Materialism, Risk Perception, and Financial Literacy on The Tendency of Debt of Millennial Generation In Surabaya. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 1(2), 85-93. <https://doi.org/10.9744/ijfis.1.2.85-93>
- Wijaya, A. C & Setyawan, I. R. (2024). Peran Financial Literacy Sebagai Mediasi Faktor Penentu Financial Management Behavior Gen Z di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. 6(2). 391-399. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i2.29842>
- Yusbardini, Y., & Andnani, K. W. (2023). Determination of Propensity to Indebtedness. *International Journal of Social Science Research and Review*, 6(12), 128-133. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v6i12.1809>