PENGARUH *DIGITAL FINANCIAL LITERACY*, PENDAPATAN, DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MODERASI: STUDI KASUS PENGGUNA *PAYLATER* DI KALIMANTAN BARAT

SKRIPSI
(Untuk Memenuhi Persyaratan Gelar Sarjana)

PUTRI AFRIANI

B1021211085

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

PENGARUH *DIGITAL FINANCIAL LITERACY*, PENDAPATAN, DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MODERASI: STUDI KASUS PENGGUNA *PAYLATER* DI KALIMANTAN BARAT

SKRIPSI
OLEH

PUTRI AFRIANI
B1021211085

Skripsi Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama	:	Putri Afriani
NIM	:	B1021211085
Jurusan	:	Manajemen
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Keuangan
Judul Proposal Skripsi	:	Pengaruh *Digital Financial Literacy*, Pendapatan, Dan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan *Self Control* Sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus Pengguna *Paylater* Di Kalimantan Barat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proposal skripsi dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah mumi karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan proposal Skripsi dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 21 Juli 2025

Putri Afriani

NIM B1021211085

PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	:	Putri Afriani
Jurusan	:	Manajemen
Program Studi	:	S1 Manajemen
Konsentrasi	:	Manajemen Keuangan
Tanggal Ujian	:	29 Juli 2025

Judul Skripsi:

Pengaruh *Digital Financial Literacy*, Pendapatan, Dan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan *Self Control* Sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus Pengguna *Paylater* Di Kalimantan Barat

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 21 Juli 2025

Putri Afriani
NIM B1021211085

LEMBAR YURIDIS

Pengaruh *Digital Financial Literacy*, Pendapatan dan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif dengan *Self Control* Sebagai Variabel Moderasi Studi Kasus: Pengguna *Paylater* di Kalimantan Barat

Penanggung Jawab Yuridis

Putri Afriani
NIM. B1021211085

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Tgl Ujian Skripsi dan Komprehensif : 29 Juli 2025

Majelis Penguji

No	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/Bln/Thn	Tanda Tangan
1	Pembimbing 1	Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D NIP. 19720819200121001	6/8/2025	
2	Pembimbing 2	Dr. Wendy, S.E., M.Sc. NIP. 198304182005011001	6/8/2025	
3	Penguji 1	Anwar Azazi, S.E., D.E.A. NIP. 196312201988101001	13/08-2025	
4	Penguji 2	Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M. NIP. 198808092023212029	11/8/2025	

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi dan Komprehensif

13 AUG 2025

Pontianak

Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
NIP. 100205082019031006

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Digital Financial Literacy*, Pendapatan, dan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif dengan *Self Control* sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus Pengguna *PayLater* di Kalimantan Barat".** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak yang telah berperan selama proses penulisan. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Bapak Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Ibu Dr. Wenny Febrianti S.E., M.Sc, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Bapak Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Bapak Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
7. Bapak Dr. Wendy, S.E., M.Sc., selaku Dosen Ahli yang telah meluangkan waktu dengan penuh kesabaran dan ketulusan untuk membimbing dan memberikan masukan yang membangun sejak awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Segala bentuk bantuan dan dedikasi yang diberikan

menjadi bagian penting dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas kontribusi tersebut.

8. Bapak Anwar Azazi, S.E., D.E.A. Selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan evaluasi selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Ibu Helma Malini, S.E., M.M., Ph.D., Selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan evaluasi selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Ibu Uray Ndaru Mustika S.E., M.M., Selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan evaluasi selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Kepada Seluruh jajaran Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang selama ini telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasasan kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
12. Kepada seluruh Staf Akademik, Tata Usaha dan Staf Perpustakaan serta semua karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang telah memberikan pelayanan terbaiknya kepada mahasiswa.
13. Kepada kedua orangtua penulis, Bapak Alimin dan Ibu Erni Susanti yang telah menjadi sumber kekuatan, doa, dan semangat sepanjang proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kasih sayang, dukungan yang tiada henti, serta keikhlasan dalam mendoakan.
14. Kepada Adik Saya, Zun Nicholas dan Keluarga Besar, yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini.
15. Kepada sahabat penulis sejak duduk di bangku SMP, yakni Jasmiati, Guruh Anugrah Putra dan Dwi Ananda Fathia Pranola A.Md.Ak yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak masa remaja, memberikan kenangan, semangat, serta doa yang terus menguatkan hingga

saat ini. Terima kasih atas persahabatan yang tulus dan dukungan yang tak pernah pudar.

16. Kepada sahabat penulis sejak duduk di bangku SMA, yakni Sukmawati S.E., Stevani Rebeca Hiu, dan Anggun Tri Novianti yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis, memberikan semangat, keceriaan, dan dukungan yang tak terlupakan. Terima kasih atas persahabatan yang tulus dan kebersamaan yang selalu memberikan motivasi hingga penulis mampu melewati setiap tahap dalam menyelesaikan skripsi ini.
17. Kepada Sahabat Penulis, ”Budak Lirs”, terutama Violera, Karen, Marcha, Adhis, Khairi dan Lubna. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan selama masa studi. Kehadiran kalian menjadi bagian penting dalam proses penyelesaian skripsi ini.
18. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Muhammad Teddy Naziri. Terima kasih atas segala bentuk dukungan, waktu, dan tenaga yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini dan telah setia menemani di setiap langkah, menjadi pendengar yang sabar dalam setiap keluh kesah, serta mampu menguatkan penulis di saat-saat sulit. Kehadiran dan semangat yang diberikan menjadi kekuatan yang membantu penulis tetap tegar hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
19. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah membantu memberikan semangat, motivasi dan doa kepada penulis.
20. Kepada diri saya sendiri, apresiasi sebesar-besarnya atas tanggung jawab dan ketekunan dalam menuntaskan setiap proses yang telah dimulai. Terima kasih telah bertahan sejauh ini dan melalui setiap tahapan dengan penuh kesabaran, meskipun tidak selalu mudah. Di tengah kelelahan, keraguan, dan tekanan, tetap memilih untuk melangkah dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih telah meyakini bahwa setiap usaha akan membuahkan hasil dan layak untuk merasa bangga atas pencapaian ini.

ABSTRAK

PENGARUH *DIGITAL FINANCIAL LITERACY*, PENDAPATAN, DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MODERASI: STUDI KASUS PENGGUNA *PAYLATER* DI KALIMANTAN BARAT

Oleh:
Putri Afriani

Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Digital Financial Literacy*, Pendapatan, dan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif pengguna *PayLater*, dengan *Self Control* sebagai variabel moderasi pada Generasi Z di Kalimantan Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 250 responden berusia 18–25 tahun yang merupakan pengguna aktif *PayLater* dan memiliki penghasilan. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25.

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa: (1) *Digital Financial Literacy* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, (2) Pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, (3) *Digital Payment* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, (4) *Self Control* tidak memoderasi hubungan antara *Digital Financial Literacy* dan Perilaku Konsumtif, (5) *Self Control* berhasil memoderasi hubungan antara Pendapatan dan Perilaku Konsumtif, serta (6) *Self Control* tidak memoderasi hubungan antara *Digital Payment* dan Perilaku Konsumtif. Temuan ini memperkaya wawasan mengenai perilaku konsumtif digital generasi muda dan memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan *PayLater* serta pembuat kebijakan dalam mengembangkan strategi *Digital Financial Literacy* yang lebih efektif.

Kata Kunci: *Digital Financial Literacy*, Pendapatan, *Digital Payment*, Perilaku Konsumtif, *Self Control*.

ABSTRACT

THE EFFECT OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY, INCOME, AND DIGITAL PAYMENT ON CONSUMER BEHAVIOR WITH SELF CONTROL AS A MODERATING VARIABLE: A CASE STUDY OF PAYLATER USERS IN WEST KALIMANTAN

By:
Putri Afriani

Department of Management
Faculty of Economics and Business

This study aims to determine and analyze the influence of Digital Financial Literacy, Income, and Digital Payment on the Consumptive Behavior of PayLater users, with Self-Control as a moderating variable among Generation Z in West Kalimantan. This study used a quantitative method, with data collection conducted through the distribution of online questionnaires to 250 respondents aged 18–25 who were active PayLater users and had income. The sampling technique used was purposive sampling. Data processing was performed using SPSS version 25.

The research findings indicate that: (1) Digital Financial Literacy has a negative but insignificant effect on Consumptive Behavior, (2) Income has a positive and significant effect on Consumptive Behavior, (3) Digital Payment has a positive but insignificant effect on Consumptive Behavior, (4) Self-Control does not moderate the relationship between Digital Financial Literacy and Consumptive Behavior, (5) Self-Control successfully moderates the relationship between Income and Consumptive Behavior, and (6) Self-Control does not moderate the relationship between Digital Payment and Consumptive Behavior. These findings broaden our understanding of the digital consumer behavior of the younger generation and provide practical implications for PayLater service providers and policymakers in developing more effective digital financial literacy strategies.

Keywords: Digital Financial Literacy, Income, Digital Payment, Consumer Behavior, Self-Control.

RINGKASAN SKRIPSI

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi finansial di Indonesia mengalami kemajuan pesat, salah satunya ditandai dengan meningkatnya penggunaan layanan kredit digital seperti *PayLater*. Kondisi ini menuntut masyarakat, khususnya generasi muda yang mendominasi struktur demografi Indonesia dan aktif menggunakan teknologi digital, untuk memiliki kemampuan mengelola keuangan secara bijak. Di Kalimantan Barat, meskipun literasi digital tergolong cukup tinggi, masih ditemukan ketimpangan antara pemanfaatan layanan keuangan digital dengan pemahaman terhadap risiko keuangan yang menyertainya. Fenomena ini tercermin dari meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan generasi muda yang menggunakan *PayLater* secara impulsif tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial jangka panjang. Dalam konteks ini, kemampuan *Digital Financial Literacy* dan *Self Control* menjadi kunci penting dalam mencegah pola konsumsi berlebihan.

Penelitian ini mengkaji empat variabel utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu *Digital Financial Literacy*, Pendapatan, dan *Digital Payment* dengan *Self Control* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater*, serta sejauh mana *Self Control* dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut. Responden penelitian ini adalah generasi muda di Kalimantan Barat yang aktif menggunakan layanan *PayLater* dan memiliki penghasilan. Generasi ini dianggap rentan terhadap perilaku konsumtif karena terbiasa dengan akses cepat terhadap layanan keuangan digital dan budaya konsumsi instan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan praktis dalam merumuskan strategi *Digital Financial Literacy* yang lebih efektif, serta menjadi dasar bagi penyedia layanan *fintech* dan pembuat kebijakan untuk mendorong perilaku keuangan yang sehat di kalangan generasi muda.

2. Permasalahan

1. Apakah *digital financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *paylater*?
2. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *paylater*?
3. Apakah *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *paylater*?
4. Apakah *self control* memoderasi pengaruh *digital financial literacy* terhadap perilaku konsumtif?
5. Apakah *self control* memoderasi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif?
6. Apakah *self control* memoderasi pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif?

3. Tujuan Penellitian

1. Menganalisis pengaruh *digital financial literacy* terhadap perilaku konsumtif pengguna *paylater*.
2. Menganalisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif pengguna *paylater*.
3. Menganalisis pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif pengguna *paylater*.
4. Menguji peran moderasi *self control* terhadap hubungan antara *digital financial literacy* dan perilaku konsumtif.
5. Menguji peran moderasi *self control* terhadap hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif.
6. Menguji peran moderasi *self control* terhadap hubungan antara *digital payment* dan perilaku konsumtif.

4. Metode Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 250 responden berusia 18–25 tahun yang merupakan pengguna aktif *PayLater* dan

memiliki penghasilan. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25

5. Hipotesis Penelitian

H1: *Digital financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

H2: Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

H3: *Digital payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

H4: *Self control* memoderasi pengaruh *digital financial literacy* terhadap perilaku konsumtif.

H5: *Self control* memoderasi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif

H6: *Self control* memoderasi pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif.

6. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menganalisis pengaruh *digital financial literacy*, pendapatan, dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif dengan *self control* sebagai variabel moderasi pada pengguna *PayLater* di Kalimantan Barat. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, hanya variabel Pendapatan yang berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Sementara itu, *digital financial literacy* dan *digital payment* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dalam konteks penggunaan *PayLater* lebih dipengaruhi oleh faktor ekonomi, yaitu pendapatan, dibandingkan dengan tingkat *digital financial literacy* atau frekuensi penggunaan metode pembayaran digital.

Hasil uji moderasi melalui analisis MRA juga menunjukkan bahwa *self control* tidak mampu memoderasi hubungan antara ketiga variabel independen dengan perilaku konsumtif. Artinya, meskipun seseorang memiliki *self control* yang tinggi, hal tersebut tidak secara signifikan memperlemah atau memperkuat pengaruh dari *digital financial literacy*, Pendapatan, maupun *Digital Payment* terhadap kecenderungan konsumtif. Namun demikian, hasil regresi langsung menunjukkan bahwa *self control* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu dengan kontrol diri tinggi tetap melakukan konsumsi dalam jumlah besar, tetapi secara lebih terencana dan sesuai dengan preferensi serta kemampuan keuangan. Konsumsi tidak bersifat impulsif, melainkan dikendalikan secara sadar, mencerminkan adanya pola *rationalized spending*. Dengan demikian, kontrol diri dalam konteks ini tidak selalu berarti menahan konsumsi, melainkan mengaturnya secara strategis di era digital. Penemuan ini memberikan pemahaman bahwa dalam konteks Kalimantan Barat, perilaku konsumtif dipengaruhi secara langsung oleh daya beli (pendapatan), dan bukan oleh kemampuan literasi atau kontrol internal pengguna. Hasil ini juga

mengindikasikan perlunya pendekatan yang lebih luas dan mendalam dalam memahami perilaku konsumtif digital, khususnya pada generasi muda yang semakin akrab dengan layanan keuangan digital seperti *PayLater*.

7. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menganalisis pengaruh *digital financial literacy*, pendapatan, dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif pengguna *paylater* di Kalimantan Barat dengan *self control* sebagai variabel moderasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa hanya Pendapatan yang berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sementara *Digital Financial Literacy* dan *Digital Payment* tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, *Self Control* tidak mampu memoderasi pengaruh ketiga variabel tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif pengguna *PayLater* di Kalimantan Barat lebih dipengaruhi oleh faktor ekonomi (pendapatan) dibandingkan faktor literasi keuangan digital, teknologi pembayaran, maupun pengendalian diri.

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa atau Generasi Z Pengguna *PayLater*
   Disarankan agar lebih bijak dalam menggunakan layanan *PayLater* dengan meningkatkan kesadaran terhadap kemampuan finansial pribadi, serta mengelola pendapatan secara terencana agar tidak memicu perilaku konsumtif yang berlebihan.
2. Bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dab Bank Indonesia (BI), Perlu adanya program edukasi *Digital Financial Literacy* yang lebih masif dan terstruktur, khususnya bagi generasi muda, agar mereka dapat memahami risiko serta manfaat dari penggunaan produk keuangan digital seperti *PayLater*.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
   Diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang belum diteliti, menggunakan metode dan pendekatan yang lebih beragam, serta memperluas cakupan wilayah atau jumlah responden guna memperoleh hasil yang lebih general dan mendalam.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT i
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI ii
LEMBAR YURIDIS iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
RINGKASAN SKRIPSI ix
DAFTAR TABEL xviii
DAFTAR GAMBAR xviiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 6
1.2.1. Pernyataan Masalah 6
1.2.2. Pertanyaan Penelitian 7
1.3. Tujuan Penelitian 7
1.4. Kontribusi Penelitian 8
1.4.1. Kontribusi Teoritis 8
1.4.2. Kontribusi Praktis 8
1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1. Landasan Teori 10
2.1.1. *Theory of Planned Behavior* 10
2.1.2. *Digital Financial Literacy* 12

2.1.3. Pendapatan 14
2.1.4. *Digital Payment* 15
2.1.5. Perilaku Konsumtif 19
2.1.5. *Self Control* 21
2.2. Kajian Literatur dan Pengembangan Hipotesis 22
2.3. Kerangka Konseptual 26
BAB III METODE PENELITIAN 27
3.1. Bentuk Penelitian 27
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian 27
3.3. Data 28
3.3.1. Data Primer 28
3.3.2. Data Sekunder 28
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data 28
3.4. Populasi dan Sampel 29
3.4.1. Populasi 29
3.4.2. Sampel 30
3.5. Variabel Penelitian 31
3.5.1. Variabel Independen 31
3.5.2. Variabel Moderasi 32
3.5.3. Variabel Dependen 32
3.5.4. Operasional Variabel Penelitian 32
3.6. Metode Analisis 34
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif 34
3.6.2. Uji Instrumen 35
3.6.3. Uji Asumsi Klasik 37

3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda 38
3.6.5. *Moderated Regression Analysis* (MRA) 39
3.6.6. Uji Hipotesis 40
3.6.6.1. Uji F 40
3.6.6.2. Uji Parsial (Uji T) 41
3.6.6.3. Uji Koefisien Determinasi (R2) 42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 44
4.1. Hasil Penelitian 44
4.1.1. Karakteristik Reponden 44
4.1.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 44
4.1.1.2. Responden Berdasarkan Usia 45
4.1.1.3. Responden Berdasarkan Asal Daerah 45
4.1.1.4. Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan 46
4.1.1.5. Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan 47
4.1.2. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif 48
4.1.2.1. Penilaian Responden Terhadap *Digital Financial Literacy* 49
4.1.2.2. Penilaian Responden Terhadap Pendapatan 51
4.1.2.3. Penilaian Responden Terhadap *Digital Payment* 53
4.1.2.4. Penilaian Responden Terhadap Perilaku Konsumtif 54
4.1.2.5. Penilaian Responden Terhadap *Self Control* 56
4.1.3. Hasil Uji Instrumen 57
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas 57
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas 59
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik 59
4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas 59

4.1.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas 60
4.1.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas 61
4.1.5. Hasil Uji Hipotesis 62
4.1.5.1. Hasil Uji Hipotesis Persamaan Regresi Model 1 62
4.1.5.2. Hasil Uji Hipotesis Persamaan Regresi Model 2 65
4.1.5.3. Hasil Uji Hipotesis Persamaan Regresi Model 3 67
4.2. Pembahasan 69
4.2.1. Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen 69
4.2.1.1. Pengaruh *Digital Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif 69
4.2.1.2. Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif 71
4.2.1.3. Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif 72
4.2.2. Peran Moderasi *Self Control* 73
4.2.2.1. Peran *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif 73
4.2.2.2. Peran *Self Control* Dalam Memoderasi *Digital Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif 74
4.2.2.3. Peran *Self Control* Dalam Memoderasi Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif 75
4.3.3.4. Peran *Self Control* Dalam Memoderasi *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif 76
BAB V KESIMPULAN 78
5.1 Kesimpulan 78
5.2. Saran 79
5.3. Keterbatasan Penelitian 80
DAFTAR PUSTAKA 83
LAMPIRAN 87

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert 29
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian 32
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 44
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia 45
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Asal Daerah 45
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan 46
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan 47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif 48
Tabel 4. 7 Kriteria Skor Rata-Rata Jawaban Responden 49
Tabel 4. 8 Penilaian Responden Terhadap *Digital Financial Literacy* 50
Tabel 4. 9 Penilaian Responden Terhadap Pendapatan 51
Tabel 4. 10 Penilaian Responden Terhadap *Digital Payment* 53
Tabel 4. 11 Penilaian Responden Terhadap Perilaku Konsumtif 55
Tabel 4. 12 Penilaian Responden Terhadap *Self Control* 56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas 58
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas 59
Tabel 4. 15 Uji Normalitas 60
Tabel 4. 16 Uji Mutikolinieritas 61
Tabel 4. 17 Uji Heteroskedastisitas 62
Tabel 4. 18 Uji F Persamaan Regresi Model 1 63
Tabel 4. 19 Uji T Persamaan Regresi Model 1 63
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi Persamaan Regresi Model 1 64
Tabel 4. 21 Uji F Persamaan Regresi Model 2 65
Tabel 4. 22 Uji T Persamaan Regresi Model 2 65
Tabel 4. 23 Uji Koefisien Determinasi Persamaan Regresi Model 2 66
Tabel 4. 24 Uji F Persamaan Regresi Model 3 67
Tabel 4. 25 Uji T Persamaan Regresi Model 3 67
Tabel 4. 26 Uji Koefisien Determinasi Persamaan Regresi Model 3 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Transaksi Perbankan Digital 2024. 1
Gambar 1. 2 Statistik peningkatan jumlah pengguna *PayLater* di Indonesia berdasarkan data dari Bank Indonesia (2023) 3
Gambar 1. 3 Pengguna *Paylater* Menurut Generasi (November, 2024) 4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 26

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, termasuk sektor keuangan. Perkembangan ini tidak hanya mempercepat proses transaksi, tetapi juga secara fundamental memengaruhi cara individu mengelola keuangan pribadi. Saat ini, berbagai transaksi dapat dilakukan secara instan melalui perangkat seluler dan koneksi internet, memungkinkan akses ke layanan keuangan tanpa batasan waktu maupun lokasi. Kini, berbagai transaksi non tunai dapat diselesaikan dengan cepat melalui perangkat seluler serta koneksi internet yang memungkinkan pengguna bertransaksi tanpa batasan waktu dan lokasi, selain memudahkan pengelolaan keuangan pribadi, digitalisasi pembayaran juga menguntungkan pelaku usaha dengan menarik lebih banyak pelanggan, khususnya generasi muda yang terbiasa dengan teknologi dan cenderung lebih konsumtif, Ridwan dalam (Alifia, 2023).



Gambar 1. 1 Transaksi Perbankan Digital 2024.
Sumber: Bank Indonesia, 2024 (diolah dari Antara News)

Menurut laporan Bank Indonesia, salah satu indikator pertumbuhan ini ialah transaksi perbankan digital yang meningkat. Pada September 2024, total nilai transaksi perbankan digital mencapai Rp7.492,93 triliun, meningkat sebesar 54,89% dibandingkan tahun sebelumnya yang berjumlah Rp4.837,57 triliun. Selain itu, pada 2023, jumlah transaksi juga mengalami lonjakan siginifikan dari 1.373,63 juta, hingga menyentuh 1.929,33 juta pada tahun 2024, yang berarti menunjukkan kenaikan sebesar 40,45%.

Fenomena lonjakan digitalisasi pun terjadi di Provinsi Kalimantan Barat. Berdasarkan laporan dari (Diskominfo, 2023), Kalimantan Barat pada tahun 2022, meraih peringkat kedua terbaik literasi digital secara nasional dalam indeks literasi digital Indonesia yang menunjukkan adanya perkembangan yang sangat melonjak dalam penggunaan teknologi digital. Prestasi ini mencerminkan kemampuan adaptasi masyarakat yang cukup baik terhadap pemanfaatan teknologi digital yang sudah merambah di berbagai dimensi kehidupan, mencakup pengendalian finansial personal. Tingginya kemudahan akses terhadap *financial technology* ternyata belum selalu diiringi oleh tingkat pemahaman *digital financial literacy* yang memadai. Ketidakseimbangan ini berpotensi memicu risiko perilaku konsumtif, terutama dalam menggunakan layanan kredit digital.

Di tengah kemajuan digital, terdapat sebuah inovasi yang melonjak dalam sistem pembayaran non-tunai, seperti skema *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau atau yang secara umum dirujuk sebagai *Paylater*. Di Indonesia, *Paylater* berkontribusi sebagai penyebab utama meningkatnya transaksi digital, khususnya kelompok usia produktif yang gemar berbelanja secara *online*. Proses pengajuan yang sederhana hanya dengan mengunggah foto KTP dan melengkapi identitas pribadi, menjadi salah satu keunggulan layanan ini sehingga menjadikan *Paylater* sebagai alternatif yang lebih efisien dan cepat diakses dibandingkan metode pembayaran konvensional. Popularitas layanan *Paylater* melonjak drastis seiring dengan semakin luasnya penggunaan platform layanan keuangan digital (*fintech*) dan ekosistem perdagangan berbasis internet (*e-commerce*).



Gambar 1. 2 Statistik Peningkatan Jumlah Pengguna *PayLater* di Indonesia berdasarkan data dari Bank Indonesia (2023)
Sumber: OJK, 2023 (diolah dari GoodStats)

Berdasarkan data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), selama periode lima tahun terakhir, pemanfaatan layanan *Paylater* menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat, terlihat dari jumlah kontrak pembiayaan dengan skema ini melonjak tajam, berawal dari 4,6 juta kontrak pada tahun 2019 menjadi hampir 80 juta kontrak di tahun 2023. Fitur ini mengizinkan konsumen melakukan transaksi pembelian tanpa perlu melakukan pembayaran di muka, melainkan dengan opsi angsuran atau pembayaran dapat ditunda ke waktu tertentu tanpa menggunakan kartu kredit. Dengan demikian, kenaikan yang hampir 17 kali lipat ini mencerminkan adanya pergeseran pola konsumsi masyarakat, semakin banyak individu yang memanfaatkan sistem pembayaran tunda sebagai alternatif dalam memenuhi konsumsi kebutuhan mereka.



Gambar 1. 3 Pengguna *Paylater* Menurut Generasi (November, 2024)
Sumber: GoodStats, 2025

Infografik ini mengilustrasikan proporsi pengguna layanan *Paylater* berdasarkan kelompok generasi hingga November 2024. Tercatat sebanyak 16,4 juta peminjam dengan kepemilikan akun sebanyak 48,4 juta akun, mayoritas berasal dari generasi Milenial (48,3%) dan Gen Z (39,9%). Sebaliknya, partisipasi Gen X hanya mencapai (11,4%), sementara generasi Boomer hamper tidak terlihat dengan hanya 0,4%. Temuan ini menunjukkan bahwa *paylater* paling banyak dimanfaatkan oleh generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi digital serta metode transaksi instan berbasis kredit.

Generasi muda, khususnya yang berusia antara 18 hingga 25 tahun, memiliki pandangan yang berbeda-beda mengenai penggunaan layanan *Paylater*. Sebagian diantaranya memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan, aktif berinvestasi, serta cermat dalam mengelola kredit. Bagi generasi ini, *Paylater* digunakan dengan pendekatan yang rasional, dengan mempertimbangkan faktor risiko, bunga, dan

dampaknya terhadap kelancaran arus kas. Namun, banyak juga yang lebih tertarik menggunakan *Paylater* karena kemudahan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif sesaat, tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang seperti beban bunga, keterlambatan pembayaran atau akumulasi utang digital.

Kemajuan digital dalam sistem pembayaran seperti *Paylater* membawa berbagai manfaat, tetapi juga menimbulkan tantangan tersendiri jika tidak digunakan dengan bijak. *Paylater* dapat mendorong pola konsumsi yang berlebihan dan berpotensi mengganggu kestabilan keuangan individu. Konsumen yang kurang memiliki perencanaan keuangan yang matang cenderung menggunakan *Paylater* secara impulsif tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjangnya, maka dari itu, kemudahan seseorang tergiur untuk membeli sesuatu tanpa benar-benar mempertimbangkan.

Tingkat literasi keuangan digital menjadi salah satu aspek kunci dalam mengatur pola konsumsi individu, terutama dalam penggunaan layanan kredit berbasis digital. Penelitian oleh (Kamil & Indrawati, 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan yang baik menentukan keputusan penggunaan utang pada *Paylater* sesuai anggaran dan kemampuan prioritas keuangan.

Kurangnya kesadaran mengenai suku bunga, biaya layanan tambahan, serta dampak akumulasi utang menjadi faktor yang menyebabkan masyarakat memanfaatkan *Paylater* dengan kurang bijak. sering kali kurang kesadaran akan dampak finansial dari kebiasaan belanja mereka, sehingga lebih mudah terjebak dalam pola konsumtif yang berlebihan.

Selain aspek literasi keuangan digital, pendapatan juga memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi seseorang. Seiring bertambahnya pendapatan individu, semakin besar juga kemungkinan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Taqwa & Mukhlis, 2022).

Kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital telah mempercepat tingkat konsumsi, terutama di era digital yang menawarkan berbagai promo dan diskon menarik. Metode pembayaran digital, termasuk dompet digital dan kartu kredit, dapat meningkatkan kecenderungan belanja impulsif karena mengurangi rasa kehilangan uang yang biasanya dirasakan saat menggunakan uang

tunai. Dengan semakin mudahnya akses terhadap layanan keuangan digital, individu pun semakin rentan terhadap perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

Selain faktor finansial, aspek psikologis juga turut mempengaruhi bagaimana seseorang mengatur keuangannya. Salah satu elemen psikologis yang berperan dalam mengendalikan pola konsumsi adalah *self control*. Peneliti-peneliti sebelumnya yang telah membahas topik ini sebagian besar masih terpusat di kota-kota besar seperti Jakarta dan sekitarnya, sehingga masih sangat minim yang merepresentasikan dinamika penggunaan layanan *Paylater* di wilayah Kalimantan, khususnya Kalimantan Barat.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekurangan tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana *Digital Financial Literacy*, pendapatan, dan *Financial Technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater* di Kalimantan Barat. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana *Self Control* berpotensi dalam menguatkan atau melemahkan hubungan antar variabel tersebut. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai pola konsumsi pengguna *paylater* dalam lingkungan digital di Kalimantan Barat.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan Masalah

Kemudahan akses layanan keuangan digital seperti *paylater* telah menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda, khususnya di Kalimantan Barat. Namun, peningkatan penggunaan layanan ini tidak selalu disertai dengan tingkat literasi keuangan digital yang memadai dan kemampuan pengendalian diri yang baik. Kondisi tersebut dapat mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak terencana. Di sisi lain, masih terbatasnya penelitian mengenai pengaruh literasi digital, pendapatan, dan digital payment terhadap perilaku konsumtif di wilayah Kalimantan Barat, menjadi celah yang penting untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian ini dilakukan untuk memahami faktor-faktor tersebut, sekaligus melihat peran *self control* dalam memoderasi pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Merujuk pada latar belakang dan pernyataan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka bisa dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Apakah *Digital Financial Literacy* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater*?
2. Apakah Pendapatan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater*?
3. Apakah *Digital Payment* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater*?
4. Apakah *Self Control* Memoderasi Pengaruh *Digital Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif?
5. Apakah *Self Control* Memoderasi Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif?
6. Apakah *Self Control* Memoderasi Pengaruh *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang, pernyataan masalah dan pertanyaan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disampaikan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis Pengaruh *Digital Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater*.
2. Menganalisis Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater*.
3. Menganalisis Pengaruh *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater*.
4. Menguji peran moderasi *Self Control* terhadap hubungan antara *Digital Financial Literacy* dan Perilaku Konsumtif.
5. Menguji peran moderasi *Self Control* terhadap hubungan antara pendapatan dan Perilaku Konsumtif.
6. Menguji peran moderasi *Self Control* terhadap hubungan antara *Digital Payment* dan Perilaku Konsumtif.

1.4. Kontribusi Penelitian

1.4.1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait perilaku konsumtif dalam konteks keuangan digital, khususnya dengan menambahkan variabel moderasi *self control* dalam hubungan antara literasi keuangan, pendapatan, dan penggunaan *digital payment*. Selain itu, penelitian ini juga memberikan perspektif baru dari wilayah Kalimantan Barat yang masih jarang diteliti. Fokus penelitian ini pada populasi di Kalimantan Barat diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang karakteristik penggunaan layanan *Paylater* di wilayah tersebut, yang mungkin berbeda dengan daerah lain di Indonesia. Faktor sosial ekonomi dan tingkat literasi digital di Kalimantan Barat sangat berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat, seehinggga perlu mendapat perhatian khusus.

1.4.2. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia dalam merancang kebijakan literasi keuangan digital yang lebih kontekstual. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi platform penyedia layanan *paylater* dalam merancang strategi edukasi dan pengendalian risiko konsumtif di kalangan pengguna muda.

1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian

Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir khususnya pada tahun 2022, Kalimantan Barat berhasil membuktikan kemajuan yang cukup pesat dengan berhasil masuk ke dalam tiga besar wilayah dengan indeks literasi digital tertinggi secara nasional, (Diskominfo, 2023). Capaian tersebut menjadi indikasi positif atas peningkatan kemampuan masyarakat dalam mengakses dan menggunakan teknologi digital, termasuk dalam kegiatan finansial seperti penggunaan dompet digital maupun layanan *Paylater.*

Namun, fasilitas ini juga membawa tantangan terutama munculnya kebiasaan konsumtif yang tidak selalu diiringi dengan perencanaan keuangan yang bijak dan menggunakan layanan ini tanpa memahami suku bunga dan risiko utang yang bisa timbul. Kekhawatiran terhadap perilaku konsumtif pun kian meningkat seiring

dengan melonjaknya penggunaan layanan kredit digital, khususnya di kalangan masyarakat perkotaan dan penggunaan *e-commerce*. Meskipun Kalimantan Barat telah menunjukkan pertumbuhan pengguna *fintech* yang cukup siginifikan, akan tetapi wilayah ini masih jarang dijadikan objek penelitian.

Dengan melihat perkembangan transaksi digital dan kecenderungan konsumtif masyarakat yang kian meningkat, maka penting untuk menelaah secara komprehensif faktor-faktor yang mendorong pola konsumsi tersebut. Penelitian ini hadir untuk mengkaji bagaimana *Digital Financial Literacy*, Pendapatan, dan *Digital Payment* mempengaruhi Perilaku Konsumtif, serta sejauh mana *Self Control* berperan dalam mengendalikan dampak dari ketiga faktor tersebut dalam konteks masyarakat Kalimantan Barat.