



Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Penggunaan Utang pada Shopee PayLater Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Fahra Annisa^{1*}, Herlinda Fitri Febriyanti²

^{1,2}Manajemen, Universitas Negeri Padang, Indonesia

*Penulis Korespondensi: Fahraannisa8@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine how financial literacy, a lifestyle characterized by excessive spending, and the fear of missing out (FOMO) influence the use of Shopee PayLater among students at Universitas Negeri Padang. A quantitative survey-based approach was employed. The study population consisted of Universitas Negeri Padang students who use the Shopee PayLater service, with a sample of 100 respondents selected via purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS software (version 32). Prior to hypothesis testing, the research instruments underwent validity and reliability checks. Additionally, to assess the model's suitability, classical assumption tests—including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests—were conducted. The results indicate that financial literacy has a significant positive effect on Shopee PayLater usage. A lifestyle involving excessive purchasing also has a significant positive impact on the use of the service. Similarly, FOMO exerts a significant positive influence on Shopee PayLater usage. Collectively, financial literacy, extravagant spending habits, and the fear of missing out significantly influence how Universitas Negeri Padang students use Shopee PayLater.*

Keywords: *Debt Usage; Financial Literacy; FOMO; Lifestyle; Shopee PayLater.*

Abstrack. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat pemahaman tentang keuangan, kebiasaan hidup yang suka belanja banyak, serta rasa takut ketinggalan (FOMO) memengaruhi penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan cara melakukan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang yang menggunakan layanan Shopee PayLater. Penelitian ini melibatkan 100 orang responden yang dipilih melalui metode purposive sampling. Data penelitian diperoleh dengan memberikan kuesioner kepada peserta dan dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS versi 32. Sebelum menguji hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu dicek dengan uji validitas dan reliabilitas. Selain itu, untuk menentukan apakah model penelitian tersebut layak digunakan, dilakukan analisis terhadap asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman seseorang tentang keuangan berpengaruh besar dan positif terhadap cara mereka menggunakan Shopee PayLater. Gaya hidup yang sering membeli barang dengan berlebihan ternyata memberikan dampak positif dan nyata terhadap penggunaan Shopee PayLater. Seperti hal itu, FOMO memiliki dampak positif dan penting dalam penggunaan Shopee PayLater. Secara bersamaan, kemampuan memahami keuangan, kebiasaan menghabiskan uang dengan boros, serta rasa takut tertinggal memengaruhi cara mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan Shopee PayLater secara nyata.

Kata Kunci: FOMO; Gaya Hidup; Literasi Keuangan; Penggunaan Utang; Shopee PayLater.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital yang semakin cepat mendorong munculnya banyaknya inovasi di bidang keuangan. Salah satu contoh inovasi itu adalah layanan Buy Now Pay Later (BNPL) yang sering disebut juga dengan nama PayLater. BNPL memudahkan konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau jasa lebih awal, lalu membayar sesuai waktu yang disepakati, bisa langsung ataupun dengan cara cicilan. Kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas yang ditawarkan membuat PayLater semakin trend di lingkungan masyarakat, terutama generasi Z yang aktif menggunakan berbagai platform digital. Meskipun memudahkan proses

bertransaksi, penggunaan PayLater sebenarnya adalah bentuk pinjaman atau utang yang tetap memerlukan pembayaran. Oleh karena itu, penggunaannya harus diiringi dengan kemampuan mengelola uang dengan baik agar tidak menyebabkan masalah finansial di masa depan (Shefrin, 2000).

Di Indonesia, penggunaan layanan PayLater terus berkembang pesat. Mahasiswa dari generasi Z termasuk dalam kelompok yang memiliki potensi tinggi untuk menggunakan layanan tersebut. Kondisi itu didukung oleh akses yang mudah, proses aktif yang tidak terlalu rumit, serta banyak promo dan penawaran yang diberikan oleh penyedia layanan. Layanan Shopee PayLater adalah salah satu kredit digital yang sering digunakan oleh kalangan generasi Z dan milenial. Penggunaan yang tinggi tersebut membuat Shopee PayLater menarik untuk diteliti, terutama dalam mengenai perilaku keuangan mahasiswa sebagai kelompok pengguna yang sering beraktivitas dalam ekosistem digital.

Keputusan mahasiswa menggunakan Shopee PayLater bisa dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti kemampuan pribadi, kondisi psikologis, dan cara hidup mereka. Salah satu faktor yang berpengaruh adalah pemahaman tentang keuangan. Pemahaman tentang konsep keuangan bisa membantu seseorang dalam mempertimbangkan manfaat, risiko, biaya, serta dampak yang muncul saat menggunakan layanan kredit. Dengan kemampuan memahami keuangan yang cukup, seseorang diharapkan bisa membuat keputusan uang secara lebih bijak dan tanggung jawab. Gaya hidup yang boros bisa membuat seseorang membeli barang karena suka saja, bukan karena benar-benar membutuhkan. Kondisi itu bisa menjadi lebih kuat karena munculnya rasa takut ketinggalan, yaitu perasaan cemas kalau tidak ikut dalam pengalaman atau tren yang sedang dilakukan orang lain. FOMO bisa membuat seseorang mengikuti tren dan membeli barang agar tetap merasa dianggap sebagai bagian dari lingkungan sosialnya (Przybylski et al., 2013).

Penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara kemampuan memahami keuangan, pola hidup yang suka berbelanja berlebihan, serta rasa takut ketinggalan (FOMO) dengan penggunaan layanan PayLater. Penelitian oleh Noor dan Fatihat tahun 2025 menunjukkan bahwa tingkat pemahaman seseorang tentang keuangan, pola belanja yang berlebihan, serta rasa takut ketinggalan (FOMO) memiliki hubungan dengan cara penggunaan Shopee PayLater. Namun, hasil dari penelitian ini belum sepenuhnya sejalan dengan penelitian lain. Hafiz et al., (2026), misalnya, menunjukkan bahwa ada perbedaan hasil dalam meneliti pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO terhadap penggunaan layanan PayLater. Hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten menunjukkan bahwa masih ada perbedaan dalam penelitian yang perlu diteliti lebih lanjut. Penelitian ini secara khusus menguji

ketiga faktor tersebut dalam konteks mahasiswa Universitas Negeri Padang masih perlu dilanjutkan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dampak dari literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, FOMO terhadap penggunaan utang Shopee PayLater pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Penelitian ini diharapkan bisa membantu mengembangkan pembahasan tentang cara mahasiswa mengelola keuangan, terutama di tengah semakin banyaknya penggunaan layanan kredit digital. Secara nyata, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi mahasiswa dalam meningkatkan pemahaman serta kemampuan mengelola uang, sehingga penggunaan layanan PayLater bisa dilakukan dengan lebih bijak, terencana, dan sesuai dengan kondisi keuangan mereka.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini mengacu pada perspektif Behavioral Finance yang dipelopori oleh Shefrin (2000) sebagai dasar teori. Teori Behavioral Finance menjelaskan bahwa cara seseorang membuat keputusan dalam hal uang bukan hanya selalu didasarkan pada logika yang jernih, tapi juga bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perasaan, cara berpikir, tingkah laku, dan seberapa banyak pengetahuan yang mereka miliki. Untuk mahasiswa, memutuskan menggunakan Shopee PayLater bisa dipengaruhi oleh kondisi uang, tingkat pemahaman tentang keuangan, cara belanja, serta dorongan psikologis seperti rasa takut ketinggalan (FOMO). Oleh karena itu, pendekatan *Behavioral Finance* bisa dipakai untuk menjelaskan hubungan antara pengetahuan keuangan, gaya hidup belanja yang terlalu banyak, rasa takut ketinggalan (FOMO), dan cara orang menggunakan Shopee PayLater sebagai salah satu bentuk layanan kredit digital.

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang memahami dan mengurus informasi tentang keuangan, serta menggunakan informasi itu sebagai acuan dalam membuat keputusan mengenai uang. Mahasiswa yang paham tentang keuangan dengan baik diharapkan bisa memahami manfaat, biaya, risiko, serta akibat yang mungkin terjadi ketika menggunakan kredit digital. Pemahaman ini bisa membantu mahasiswa untuk memperhatikan kemampuan membayar mereka sebelum menggunakan layanan Shopee PayLater. Gaya hidup konsumtif menunjukkan pola pikir seseorang yang lebih memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan saat melakukan pembelian atau penggunaan barang. Pola tersebut bisa membuat orang lebih tertarik menggunakan fasilitas kredit digital karena membuatnya lebih mudah mendapatkan barang atau jasa tanpa perlu membayar langsung. Di sisi lain, FOMO adalah keadaan di mana seseorang merasa khawatir akan ketinggalan oleh trend, pengalaman, atau aktivitas yang

sedang dilakukan orang lain. Kondisi itu bisa membuat seseorang membeli sesuatu secara tiba-tiba meskipun belum benar-benar memikirkan keuangan mereka. Ketiga faktor tersebut dalam teori bisa memengaruhi cara mahasiswa menggunakan Shopee PayLater.

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan antara literasi keuangan, cara belanja orang, rasa takut ketinggalan, dan penggunaan layanan bayar kemudian. Kristiastuti dan tim peneliti lainnya (2023) menemukan bahwa kemampuan literasi keuangan seseorang memengaruhi cara mereka menggunakan Shopee PayLater secara positif. Selanjutnya, Lutfillah dan timnya (2024) menunjukkan bahwa tingkat pemahaman keuangan dan faktor psikologis terkait erat dengan keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan PayLater. Noor dan Fatihat (2025) juga menemukan bahwa kemampuan dalam mengelola keuangan, pola hidup belanja yang berlebihan, serta FOMO memperkuat penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa. Namun, penelitian oleh Hafiz et al.(2026) menunjukkan hasil penelitian yang berbeda, yang dimana gaya hidup konsumtif tidak berdampak signifikan pada penggunaan layanan PayLater, sementara itu literasi keuangan dan FOMO tetap memiliki pengaruh signifikan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, rasa takut ketinggalan, serta penggunaan Shopee PayLater masih perlu diteliti lebih lanjut, terutama pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Dari sudut pandang Behavioral Finance dan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini mengasumsikan bahwa tingkat pemahaman keuangan, pola hidup boros, serta rasa takut ketinggalan (FOMO) merupakan faktor-faktor yang dapat memengaruhi cara mahasiswa Universitas Negeri Padang dalam menggunakan Shopee PayLater. Literasi keuangan adalah kemampuan mahasiswa untuk mempertimbangkan faktor-faktor finansial sebelum membuat suatu keputusan. Sementara itu, gaya hidup konsumtif dan FOMO berkaitan dengan cara berperilaku serta dorongan mental yang bisa membuat seseorang ingin membeli barang dengan menggunakan kredit digital.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian yang bersifat sebab-akibat. Cara itu digunakan untuk memeriksa dan melihat pengaruh dari tingkat pemahaman keuangan, pola belanja yang berlebihan, serta perasaan takut ketinggalan (FOMO) terhadap penggunaan Shopee PayLater di antara mahasiswa Universitas Negeri Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak ketiga variabel independen tersebut terhadap sikap dan cara mahasiswa dalam menggunakan layanan kredit digital. Populasi dalam penelitian ini mencakup mahasiswa Universitas Negeri Padang yang sudah menggunakan

layanan Shopee PayLater. Penelitian ini melibatkan 100 orang responden yang dipilih dengan cara purposive sampling. Responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa Universitas Negeri Padang yang telah dan masih menggunakan Shopee PayLater, sehingga mereka dianggap memiliki pengalaman yang tepat sesuai dengan tujuan penelitian.

Jenis data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh langsung dari responden melalui distribusi kuesioner. Instrumen penelitian digunakan dengan skala Likert yang terdiri dari lima tingkatan, sehingga mampu mengukur jawaban atau tanggapan dari responden terhadap setiap variabel yang diteliti. Variabel independen mencakup literasi keuangan (X_1), gaya hidup konsumtif (X_2), serta fear of missing out (FOMO) (X_3), sedangkan variabel dependen adalah penggunaan fitur Shopee PayLater (Y). Sebelum digunakan untuk mengumpulkan data, alat penelitian perlu diuji terlebih dahulu mengenai tingkat validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji coba menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang ada memenuhi standar validitas. Selanjutnya, nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel mencapai di atas 0,60, sehingga seluruh instrumen pengukuran dianggap reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Analisis data dilakukan dengan cara menggambarkan data secara statistik dan menggunakan metode regresi linear berganda, dengan bantuan program IBM SPSS Statistics. Sebelum menguji hipotesis, dilakukan pengecekan terhadap asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, untuk menguji hipotesis dilakukan beberapa jenis uji, seperti uji parsial atau uji t yang digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji simultan atau uji F yang digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama, serta uji koefisien determinasi atau R kuadrat yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan seperti ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots \dots \dots (i)$$

Y adalah penggunaan utang melalui Shopee PayLater, α adalah nilai tetap, β_1 , β_2 , dan β_3 adalah koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas, X_1 adalah tingkat literasi keuangan, X_2 adalah gaya hidup boros, X_3 adalah rasa takut ketinggalan (FOMO), sedangkan e adalah kesalahan atau ketidaktepatan dalam model penelitian tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistics 32. Proses analisis ini melibatkan pemeriksaan alat yang digunakan dalam penelitian, penghitungan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, penghitungan koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, pola hidup konsumtif, dan rasa takut ketinggalan (FOMO) terhadap penggunaan kredit digital di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan agar mengetahui sampai sejauh apa setiap kalimat dalam alat penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti dengan tepat. Sebuah instrumen atau pernyataan disebut valid jika memenuhi syarat pengujian, yaitu nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai $r > r$ tabel. Dalam penelitian ini, nilai r tabel yang digunakan adalah 0,196. Sebab itu, setiap pernyataan yang memenuhi kedua kriteria tersebut dianggap valid dan cocok digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Tabel 1. Validitas Kuesioner.

Variabel	Pernyataan	Nilai Signifikan	Pearson Correlation (Rhitung)	R Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,001	0,648	0,196	Valid
	X1.2	0,001	0,728	0,196	Valid
	X1.3	0,001	0,643	0,196	Valid
	X1.4	0,001	0,773	0,196	Valid
	X1.5	0,001	0,753	0,196	Valid
Gaya Hidup Konsumtif (X2)	X2.1	0,001	0,810	0,196	Valid
	X2.2	0,001	0,735	0,196	Valid
	X2.3	0,001	0,700	0,196	Valid
	X2.4	0,001	0,776	0,196	Valid
FOMO (X3)	X3.1	0,001	0,65	0,196	Valid
	X3.2	0,001	0,777	0,196	Valid
	X3.3	0,001	0,781	0,196	Valid
Penggunaan Hutang pada Shopee PayLater	Y.1	0,001	0,577	0,196	Valid
	Y.2	0,001	0,771	0,196	Valid
	Y.3	0,001	0,590	0,196	Valid
	Y.4	0,001	0,702	0,196	Valid
	Y.5	0,001	0,570	0,196	Valid

(Sumber: Olah Data SPSS 32, 2026)

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dalam variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, (FOMO), dan Penggunaan Utang pada Shopee PayLater memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ serta nilai r hitung $> r$ tabel. Oleh karena itu, semua item pernyataan dianggap benar karena telah memenuhi standar uji kebenaran. Maka, semua barang tersebut sesuai digunakan sebagai alat dalam mengumpulkan data penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian konsisten dalam mengukur setiap variabel. Instrumen dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.

Tabel 2. Uji Reliabilitas Kuesioner.

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kecepatan	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,752	0,60	Reliable
Gaya Hidup Konsumtif (X2)	0,747	0,60	Reliable
FOMO (X3)	0,663	0,60	Reliable
Penggunaan Hutang pada Shope PayLater (X3)	0,732	0,60	Reliable

(Sumber: Olah Data SPSS 32, 2026)

Berdasarkan Tabel 2, nilai Cronbach's Alpha variabel Literasi Keuangan sebesar 0,752, Gaya Hidup Konsumtif sebesar 0,747, FOMO sebesar 0,663, dan Penggunaan Kredit Digital sebesar 0,732. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan data yang sudah dikumpulkan, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang berlaku secara umum. Mengenai uji statistik deskriptif dalam penelitian dapat dilihat seperti berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas Kuesioner.

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan (X1)	100	14,00	25,00	19,8000	2,62613
Gaya Hidup Konsumtif (X2)	100	10,00	20,00	16,7300	2,13605
FOMO (X3)	100	9,00	15,00	11,6500	1,55294
Penggunaan Hutang pada Shope PayLater (X3)	100	15,56	24,01	20,7500	1,89029
Valid N (Listwise)	100				

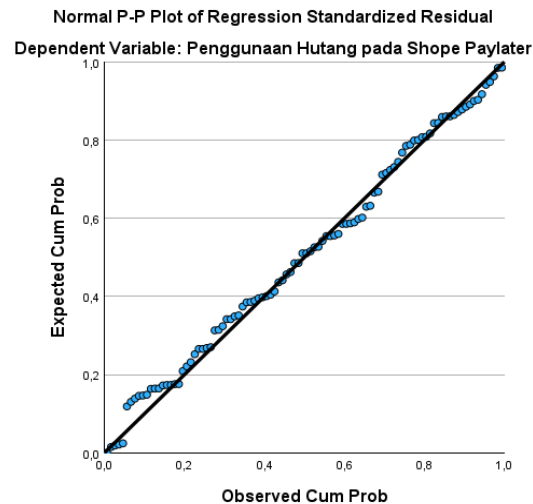
(Sumber: Olah Data SPSS 32, 2026)

Berdasarkan Tabel 3, nilai rata-rata Literasi Keuangan sebesar 19,80, Gaya Hidup Konsumtif sebesar 16,73, FOMO sebesar 11,65, dan Penggunaan Kredit Digital sebesar 20,75. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki literasi keuangan yang cukup baik, gaya hidup konsumtif yang cenderung tinggi, tingkat FOMO sedang, serta penggunaan kredit digital yang relatif tinggi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian ini terdistribusi dengan baik atau tidak. Mengenai uji normalitas penelitian dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1. P-Plot of Regression Standardized Residua.

Berdasarkan Gambar 1, titik-titik residual terlihat mengikuti garis diagonal dan tidak menunjukkan penyimpangan yang berarti. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas dalam analisis regresi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Reliabilitas Kuesioner.

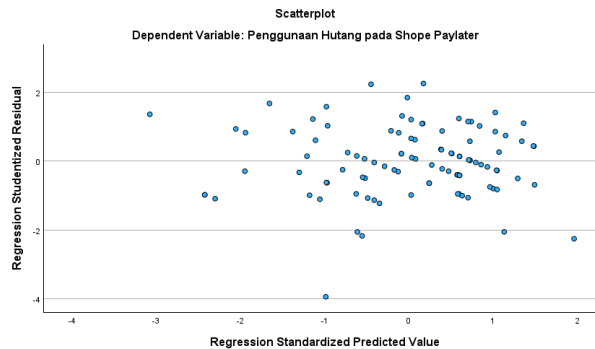
Model	Colinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
Literasi Keuangan	0,652	1,534	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Gaya Hidup Konsumtif	0,527	1,898	Tidak Terjadi Multikolonieritas
FOMO	0,771	1,297	Tidak Terjadi Multikolonieritas

(Sumber: Olah Data SPSS 32,2026)

Berdasarkan Tabel 4, seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10. Dengan demikian, model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan grafik Scatterplot dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.
(Sumber: Olah data SPSS 32, 2026)

Berdasarkan Gambar 2, titik-titik residual tersebar secara acak di atas dan di bawah angka nol serta tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi regresi.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah, hubungan, dan besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	5.527	1.530		5.966	.001
Literasi Keuangan	.204	.044	.283	4.675	.001
Gaya Hidup Konsumtif	.535	0.60	.605	8.993	.001
FOMO	.192	.098	.157	2.829	.006

(Sumber: Olah Data SPSS 32, 2026)

Berdasarkan Tabel 9 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,527 + 0,204X_1 + 0,535X_2 + 0,192X_3$$

Tabel 5, menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki koefisien regresi bernilai positif. Artinya, peningkatan literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO cenderung diikuti oleh peningkatan penggunaan kredit digital pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (X), baik secara parsial maupun simultan, dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Detrminasi.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878 ^a	.771	.764	.91856

(Sumber: Olah data SPSS 32, 2026)

Berdasarkan Tabel 6, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,764 menunjukkan bahwa 76,4% variasi penggunaan kredit digital dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO. Sementara itu, sebesar 23,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Uji Hipotesis

Uji T

Uji ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana efek masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Mengenai uji persial penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji T Persial.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.527	1.530		5.966	.001
Literasi Keuangan	.204	.044	.283	4.675	.001
Gaya Hidup Konsumtif	.535	0.60	.605	8.993	.001
FOMO	.192	.098	.157	2.829	.006

(Sumber: Olah data SPSS 32, 2026)

Berdasarkan tabel 7, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan Fear of Missing Out (FOMO) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan kredit digital pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Uji F

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji simultan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear.

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
Rergrression	272.746	3	90.915	107.750	.001
1 Residual	81.001	96	.844		
Total	353.747	99			

(Sumber: Olah data SPSS 32, 2026)

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh nilai F hitung sebesar 107,750 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan FOMO secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kredit digital pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

5. PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Utang pada Shopee PayLater

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan kredit digital pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan, semakin besar pula pertimbangan mereka dalam menggunakan layanan kredit digital seperti Shopee PayLater. Temuan ini sejalan dengan perspektif **Behavioral Finance** yang menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan dapat memengaruhi individu dalam mengambil keputusan finansial. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan layanan kredit digital.

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap Utang pada Shopee PayLater

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan kredit digital pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Mahasiswa dengan kecenderungan konsumsi yang tinggi lebih berpotensi memanfaatkan layanan kredit digital untuk memenuhi keinginan maupun kebutuhan tertentu, terutama karena kemudahan transaksi dan berbagai penawaran promosi yang tersedia. Temuan ini sejalan dengan perspektif **Behavioral Finance** yang menjelaskan bahwa pola perilaku konsumsi dapat memengaruhi pengambilan keputusan keuangan individu. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif dapat meningkatkan kecenderungan seseorang dalam menggunakan layanan Buy Now, Pay Later (BNPL).

Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Penggunaan Utang pada Shopee PayLater

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan kredit digital pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Mahasiswa yang memiliki tingkat FOMO lebih tinggi cenderung menggunakan kredit digital untuk mengikuti tren, memanfaatkan promosi, maupun memenuhi dorongan konsumsi yang muncul melalui media sosial. Temuan ini sejalan dengan perspektif **Behavioral Finance** yang menjelaskan bahwa faktor psikologis dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan keuangan individu. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa FOMO dapat meningkatkan kecenderungan individu dalam menggunakan layanan kredit digital.

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Penggunaan Utang pada Shopee PayLater

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan (FOMO) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan kredit digital pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan kredit digital tidak hanya dipengaruhi oleh aspek pengetahuan keuangan, tetapi juga oleh pola konsumsi dan faktor psikologis. Hasil tersebut memperkuat perspektif *Behavioral Finance* bahwa keputusan keuangan individu dapat terbentuk melalui interaksi antara aspek kognitif, perilaku, dan psikologis. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut memiliki peran dalam membentuk perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan kredit digital.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan Fear of Missing Out (FOMO) terhadap penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan kredit digital tidak hanya berkaitan dengan aspek pengetahuan keuangan, tetapi juga dipengaruhi oleh pola konsumsi dan faktor psikologis.

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan serta mempertimbangkan kemampuan finansial sebelum menggunakan Shopee PayLater. Penggunaan fasilitas kredit digital sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pembayaran agar tidak menimbulkan beban keuangan di kemudian hari. Perguruan tinggi diharapkan dapat meningkatkan kegiatan edukasi dan literasi keuangan bagi mahasiswa, khususnya mengenai pengelolaan keuangan pribadi, risiko penggunaan kredit digital, dan pengambilan keputusan finansial yang bertanggung jawab. Bagi penyedia layanan kredit digital, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan edukasi kepada pengguna mengenai penggunaan fasilitas kredit secara bijak dan bertanggung jawab.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup responden yang hanya melibatkan mahasiswa Universitas Negeri Padang. Selain itu, penelitian hanya berfokus pada literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO sebagai variabel yang memengaruhi penggunaan Shopee PayLater. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden dan menambahkan variabel lain, seperti pendapatan, kontrol diri, pengaruh teman sebaya, serta paparan iklan digital agar faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan Buy Now, Pay Later (BNPL) dapat dipahami secara lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Ananda, P., & Pramesthi, J. A. (2025). The BNPL phenomenon: Digital consumer communication and behavior in Shopee PayLater. *Jurnal Kajian Komunikasi*.
- Artha, F. A., & Wibowo, K. A. (2023). Pengaruh literasi keuangan, perencanaan keuangan, dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 19(1).
- Azahra, A., & Khusnah, H. (2026). The effect of financial literacy and financial inclusion on the use of fintech (Shopee PayLater) by Shopee PayLater users. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 14(1), 1–15.
- Ghani Alghifari, & Firman. (2025). Gaya hidup, literasi, dan konsumsi: Studi perilaku konsumtif generasi Z pengguna Shopee PayLater di Kota Padang. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 5(1), 243–260.
- Hafiz, M. K., Dewi, N. Y. S., & Aini, N. (2026). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan FOMO terhadap penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 6(1), 91–102.
- Kaloeti, D. V. S., Kurnia, A., & Tahamata, V. M. (2021). Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 34, Article 15.
- Kamil, I., & Indrawati, N. K. (2023). Pengaruh financial literacy dan locus of control terhadap penggunaan utang Shopee PayLater. *Jurnal Management Risiko dan Keuangan*, 2(2), 134–144.

- Kristiana, D., & Rispantyo. (2026). Pengaruh FOMO, YOLO, dan literasi keuangan terhadap kecenderungan mahasiswa menggunakan layanan PayLater. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 90–104.
- Kristiastuti, F., Susilawati, M., & Kurniawan, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan transaksi terhadap penggunaan Shopee PayLater. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19(1), 75–85.
- Lestari, D., Ilato, R., Ardiansyah, A., Hafid, R., Mahmud, M., & Alwi, N. M. (2025). Pengaruh kecakapan hidup (*life skill*) dan gaya hidup (*life style*) terhadap pola hidup konsumtif mahasiswa. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*.
- Lutfillah, N. Q., Hapsari, A. P., & Candrawati, T. (2024). Determinants of students' decisions to use PayLater digital financial products. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1), 42–54.
- Muharram, M. F., & Aminah. (2025). Analisis pencatatan dan pengendalian utang pada pengguna Shopee PayLater. *AURELIA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*.
- Noor, N., & Fatihat, F. (2025). The effect of financial literacy, consumer lifestyle, and Fear of Missing Out (FOMO) on the use of Shopee PayLater among students. *Journal of Consumer and Financial Behavior*, 6(1), 45–60.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Perkembangan fintech lending di Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Priyadi, S., & Rinawati, A. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup hedonisme terhadap penggunaan fitur PayLater pada mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(1), 266–273.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putri, A. R., & Sari, M. (2025). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan literasi keuangan terhadap perilaku penggunaan layanan PayLater pada mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50.
- Sari, D. P., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh gaya hidup konsumtif, kemudahan penggunaan, dan literasi keuangan terhadap penggunaan PayLater. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*.
- Shefrin, H. (2000). *Beyond greed and fear: Understanding behavioral finance and the psychology of investing*. Oxford University Press.
- Susilowati, N., Epriella, J. N., Mustofa, R., Safitri, R., & Hutabarat, Y. T. (2025). Pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap keputusan dalam menggunakan PayLater pada mahasiswa. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 8(2), 343–356.