

The Effect Of Credit Limit Misconception And Anxiety Toward Money On Risky Indebtedness Behavior Of Paylater Users In Indonesia With Impulsive Buying As A Mediation Variable

Pengaruh Miskonsepsi Limit Kredit Dan Kecemasan Akan Uang Terhadap Perilaku Hutang Beresiko Pengguna Paylater Di Indonesia Dengan Pembelian Impulsif Sebagai Variabel Mediasi

Nada Salsabila Arsy¹, Rita Rahayu²

Magister Akuntansi , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas^{1,2}

nadasalsabila519@gmail.com¹, aretrahayu@gmail.com²

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This study is based on the drastic increase in PayLater users over the past five years, indicating that Indonesians have normalized debt behavior. This can certainly be detrimental to individual financial well-being and the national economy as a whole, given that paylater is a high-cost debt. Therefore, this study aims to determine the influence of individual factors, namely credit limit misconceptions (MLK) and anxiety toward money (KAU), on risky indebtedness behavior (PHB), with impulsive buying (PI) as a mediator. Research data were collected from 431 PayLater users in Indonesia and analyzed using PLS-SEM. The research findings show that MLK and KAU have a significant positive effect on PHB, and PI can directly or indirectly determine PHB in a significant positive way. To suppress risky indebtedness behavior, the government can formulate regulations or strategies to limit Indonesians' purchasing transactions through the PayLater application. Thus, PayLater users' debt can be reduced and the welfare of the Indonesian people will be improved.

Keywords: Credit Limit Misconceptions, Anxiety Toward Money, Impulsive Buying, Risky Indebtedness Behavior

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan kepada peningkatan drastis pengguna paylater selama lima tahun terakhir yang menandakan bahwa masyarakat Indonesia telah menormalkan perilaku berhutang. Hal ini tentunya dapat membahayakan kondisi keuangan individu dan juga ekonomi negara secara keseluruhan mengingat paylater adalah hutang dengan biaya tinggi. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor individu yaitu miskonsepsi limit kredit (MLK) dan kecemasan akan uang (KAU) terhadap perilaku hutang beresiko (PHB) dengan pembelian impulsif (PI) sebagai pemediasi. Data penelitian diambil dari 431 pengguna paylater di Indonesia yang dianalisis menggunakan PLS-SEM. Temuan penelitian menunjukkan bahwa MLK dan KAU berpengaruh positif signifikan terhadap PHB, dan PI secara langsung dan tidak langsung dapat menentukan perilaku hutang beresiko secara positif signifikan. Dari temuan tersebut, pemerintah dapat merumuskan regulasi atau strategi untuk membatasi transaksi pembelian masyarakat Indonesia melalui aplikasi paylater supaya pembelian impulsif dapat ditekan dengan begitu hutang pengguna paylater dapat berkurang dan kesejahteraan masyarakat Indonesia dapat meningkat.

Kata Kunci : Miskonsepsi Limit Kredit, Kecemasan Akan Uang, Pembelian Impulsif, Perilaku Hutang Beresiko

1. Pendahuluan

Paylater atau dikenal juga dengan *buy now, pay later* (BNPL) merupakan layanan pembayaran digital yang tidak jauh berbeda dengan kartu kredit karena sama-sama digunakan untuk pembayaran transaksi pembelian secara kredit dengan jangka cicilan pendek. Meskipun demikian, prosedur untuk mendapatkan layanan Paylater sangat jauh lebih mudah dibandingkan kartu kredit (Ashby et al., 2025). Kemudahan akses dalam mendapatkan layanan

pembiayaan inilah yang membuat layanan digital Paylater cukup populer ditengah masyarakat (Chen et al., 2024), khususnya bagi pengguna yang tidak memiliki akses kredit bank atau skeptis terhadap lembaga keuangan tradisional (Kumar et al., 2024).

Kepopuleran Paylater dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang menggunakan layanan ini. Di negara maju seperti Amerika dan Australia, diketahui bahwa 50% populasi Amerika menggunakan paylater dan di Australia sedikitnya terdapat 5.9 juta akun pengguna paylater pada tahun 2021 dan angka ini terus meningkat setiap tahunnya (Threadgold et al., 2025). Sementara di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan pengguna paylater pada tahun 2023 adalah sebanyak 79.92 juta pengguna dan jumlah ini meningkat pesat dari tahun 2019 sebanyak 4.63 juta pengguna. Selain itu, nilai outstanding piutang paylater di Indonesia juga terus mengalami peningkatan sebesar 23.9% secara tahunan dengan nilai outstanding per Maret 2024 sebesar Rp. 6.13 triliun. Dengan kata lain, terjadi peningkatan drastis dari pengguna paylater di Indonesia dalam lima tahun terakhir dan hal ini menandakan bahwa layanan paylater semakin diminati oleh masyarakat Indonesia. Meskipun demikian, Canstar yang merupakan lembaga investigasi keuangan di Australia menyatakan paylater adalah metode pinjaman berbiaya tinggi. Semakin sering pengguna melakukan transaksi, semakin besar akumulasi biaya yang dibayarkan (Blue et al., 2023).

Pengguna paylater yang terus meningkat disaat paylater adalah pembiayaan dengan bunga tinggi, mengindikasikan bahwa pengguna paylater tidak menyadari resiko dari penggunaan layanan ini. Faktanya, penggunaan paylater ini dapat membuat pengguna memiliki resiko hutang *over-indebtedness* (Johnson et al., 2021). Selain itu, Paylater ini berpotensi menimbulkan pengeluaran berlebihan dan penumpukkan hutang (Prazadhea & Fitriyah, 2023; Fatmawati & Suwardi, 2024). Dengan kata lain, kemudahan layanan kredit untuk transaksi pembelian yang ditawarkan paylater, bukan berarti tanpa risiko karena beberapa peneliti menemukan bahwa paylater telah membuat pengguna terjebak dalam hutang dan mengalami *over-indebtedness* (Luci Irawati et al., 2024; Krisnawati & Sam, 2024; Aalders, 2023). *Over-indebtedness* ini membuat individu mengalami perilaku hutang beresiko yaitu membayar hutang dengan berhutang karena hutang pengguna sudah lebih besar dari pendapatannya (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2020). Semakin sering pengguna melakukan transaksi pembelian dengan paylater, maka hutang pengguna akan semakin tinggi (Juita et al., 2024).

Melihat kepada fenomena penggunaan layanan paylater yang sedang marak-maraknya ditengah masyarakat yang seolah menormal hutang disaat berhutang adalah perilaku keuangan yang merusak, maka dinilai perlu untuk dilakukan penelitian yang lebih komprehensif dan mendalam lagi kepada faktor psikologi (individu) dari pengguna paylater itu sendiri. Hal ini merujuk kepada penelitian Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira (2020) yang menyatakan bahwa perilaku hutang yang beresiko tidak terlepas dari faktor individu itu sendiri seperti miskonsepsi limit kredit dan kecemasan akan uang.

Penelitian ini dinilai penting untuk dilakukan karena tidak banyak peneliti terdahulu yang mengukur perilaku hutang beresiko individu dilihat dari faktor psikologi keuangan individu itu sendiri seperti psikologinya terhadap limit kredit dan kecemasannya akan uang. Sementara itu, dengan terus meningkatnya pengguna paylater menandakan bahwa paylater telah mendorong masyarakat untuk memiliki perilaku keuangan yang merusak sebab paylater bagaimapun juga adalah hutang dan bukan alat untuk meningkatkan konsumsi. Dampak dari perilaku keuangan ini tentunya dapat membahayakan kondisi finansial pengguna paylater serta ekonomi secara luas jika banyak masyarakat yang menggunakan layanan paylater ini secara tidak bertanggungjawab. Temuan penelitian dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pemerintah dan pihak terkait lainnya dalam memformulasikan strategi kebijakan yang tepat sehingga perilaku keuangan yang merusak dari penggunaan paylater yang terjadi ditengah masyarakat dapat ditekan.

2. Tinjauan Pustaka

Perilaku Hutang Beresiko (PHB)

PHB adalah keadaan *over-indebteness* yaitu jumlah hutang sudah melebihi kemampuan bayar individu sehingga individu kembali berhutang untuk membayar hutang atau untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya (Kristjanpoller et al., 2022). Individu yang telah terlilit utang akan terus bergantung pada utang dan kembali melakukan utang untuk menutupi utang lainnya karena dikenakan bunga yang terus menerus menguras tabungan (Leandro & Botelho, 2022). Kondisi *over-indebteness* ini akan menimbulkan masalah besar bagi individu ataupun rumah tangga karena tidak ada lagi pendapatan untuk disimpan sebab pendapatan terus habis untuk membayar utang. Kondisi inilah yang membawa individu kepada PHB (Vieira et al., 2023). Konsekuensi lainnya yang cukup besar dari perilaku berhutang ini baik bagi individu maupun masyarakat yaitu dapat menurunkan standar hidup, kesejahteraan, kesehatan, dan eksklusivitas keuangan (misalnya, akses terbatas ke layanan bank dan kredit) (Ferreira et al., 2021). Tidak itu saja, rasio utang yang tinggi juga akan mempengaruhi periode resesi dan krisis keuangan berikutnya, yang menghasilkan kontraksi yang jauh lebih besar dalam aktivitas ekonomi dan menciptakan lingkaran umpan balik di mana rumah tangga yang berhutang mengurangi konsumsi, sehingga mengurangi permintaan terhadap produk, yang pada gilirannya, menurunkan produksi dan permintaan terhadap pekerja, sehingga meningkatkan pengangguran (Fan & Henager, 2022).

Pembelian Impulsif (PI)

PI adalah tindakan atas dorongan tiba-tiba untuk membeli sesuatu tanpa niat atau rencana sebelumnya untuk melakukannya dan tanpa mempertimbangkan tujuan, cita-cita, atau resolusi jangka panjang seseorang (Nyrhinen et al., 2024). PI identik dengan pembelian yang tidak direncanakan dan didasarkan pada pengambilan keputusan yang relatif cepat dan perasaan ingin segera memilikinya (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2020), yang didorong oleh hasrat hedonisme dan keinginan untuk mendapatkan pengalaman emosional yang kuat (Panos & Wilson, 2020). Selain itu, Individu melakukan PI juga karena adanya stimulus seperti diskon, pajangan, atau iklan serta keadaan emosional individu (Djamhari et al., 2024). Oleh sebab itu, PI ini sering dianggap sebagai perilaku negatif karena dapat menciptakan pascaperilaku yang negatif, seperti rasa bersalah, dan ketidakpuasan (Wang et al., 2022). Selain itu, individu yang melakukan PI tidak pernah memikirkan dampak negatif dan kerugian yang ditimbulkan dari tindakannya tersebut (Fenton-O'Creevy & Furnham, 2020).

Miskonsepsi Limit Kredit (MLK)

Kredit adalah pinjaman atau utang yang diberikan oleh pemberi pinjaman kepada peminjam. Penggunaan uang pinjaman ini oleh si penerima pinjaman melibatkan penggunaan uang yang bukan miliknya. Meskipun demikian, ada kondisi dimana penerima pinjaman mengalami kepemilikan psikologis atas uang pinjaman, terlepas dari kepemilikan hukumnya (Sharma et al., 2021). Kepemilikan psikologis didefinisikan sebagai persepsi subjektif yang berasal dari diri sendiri yang merasa bahwa target tertentu adalah miliknya meskipun secara hukum dan objektif bukanlah miliknya (Khan & Belk, 2024). Rasa kepemilikan psikologis ini tidak saja pada uang tetapi juga pada limit kredit karena limit kredit adalah batas jumlah pinjaman yang dapat digunakan oleh pengguna kredit untuk memenuhi kebutuhannya. Limit kredit yang diberikan membuat pengguna kredit merasa bahwa limit kredit tersebut adalah pendapatan tambahannya atau uang miliknya dan bukan hutang. Keyakinan limit kredit sebagai pendapatan tambahan atau uang milik sendiri disebut di sini sebagai MLK (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2020).

Kecemasan Akan Uang (KAU)

KAU merupakan rasa khawatir atau gugup tentang uang dan memiliki dorongan untuk memilki dan membelanjakannya. KAU merupakan salah satu dimensi dari sikap terhadap uang (Furnham & Fenton-O'creevy, 2024). KAU berbeda dengan dimensi sikap terhadap uang lainnya karena individu yang menganggap uang sebagai sumber kecemasan juga memandang uang sumber perlindungan dari kecemasan tersebut dan juga obat untuk menghilangkan kecemasan, stres ataupun depresi yang dirasakan (de Almeida et al., 2021). KAU muncul dalam diri individu karena adanya tekanan emosional yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan serta hasrat atau keinginan atau masalah-masalah lainnya yang melibatkan uang (Furnham & Cuppello, 2023).

Hipotesis dan Kerangka Penelitian

Kehadiran alat pembayaran digital telah memunculkan kecendrungan rasa kepemilikan yang tinggi dari individu dan hal ini juga mempengaruhi kepada perilaku belanja individu (Khan & Belk, 2024). Individu yang memiliki rasa kepemilikan yang tinggi pada uang pinjaman/kredit digital akan mendorong individu memanfaatkannya untuk berbelanja secara impulsif (Sharma et al., 2021). Ada efek delusi pada individu yang mana individu ini menganggap limit kredit adalah bagian dari pendapatannya atau uang miliknya sehingga individu ini terdorong untuk melakukan PI (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2019). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1. MLK memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PI

Individu dengan KAU ini akan memanfaatkan uang untuk mengurangi kecemasan, stress ataupun depresi yang dirasakannya dan hal ini yang mendorong individu tersebut untuk melakukan PI (Ong et al., 2021). Individu dalam keadaan emosi negatif seperti kecemasan atau stres cenderung melakukan PI karena belanja adalah bentuk mekanisme koping individu tersebut (Huang et al., 2024). Individu ini berusaha mengurangi ketidaknyamanan (emosi negatif) dengan menghibur diri melalui PI (Jie et al., 2022). Hal ini juga diungkapkan Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira (2020) yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara KAU terhadap perilaku PI. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 2. KAU memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PI

Umumnya pengguna paylater menganggap limit kredit paylater sebagai tabungannya dan bukan produk kredit/pinjaman, dan pengguna ini akan terus membelanjakan limit kredit tanpa mempertimbangkan kredit tersebut adalah hutang (Relja et al., 2024). Faktanya, semakin besar limit kredit pengguna, maka semakin tinggi tingkat hutang (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2019). Namun, karena adanya MLK pengguna yang beranggapan limit kredit adalah uang milik sendiri, maka pengguna akan memanfaatkan limit kredit tersebut secara maksimal, dan dampaknya PHB pengguna akan semakin meningkat (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2020). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 3. MLK memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PHB

Individu yang mengalami KAU cenderung menganggap uang sebagai pelindung (secara psikologi) dan menciptakan rasa terlindungi (secara psikologi). Namun, sikap ini dapat mengakibatkan perilaku keuangan yang tidak sehat yaitu berhutang (Furnham & Fenton-O'creevy, 2024). Ketika perasaan KAU datang dan pada saat bersamaan, individu tidak memiliki cukup uang, maka hal ini dapat membuat individu lebih sering mengandalkan kredit/hutang untuk menghilangkan KAU tersebut (Sesini & Lozza, 2023). Oleh sebab itu, individu dengan

KAU cenderung mengalami hutang beresiko karena menggunakan uang atau menghabiskannya secara emosional tanpa kendali untuk mengurangi masalah psikologinya tersebut (Ong et al., 2021). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 4. KAU memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PHB

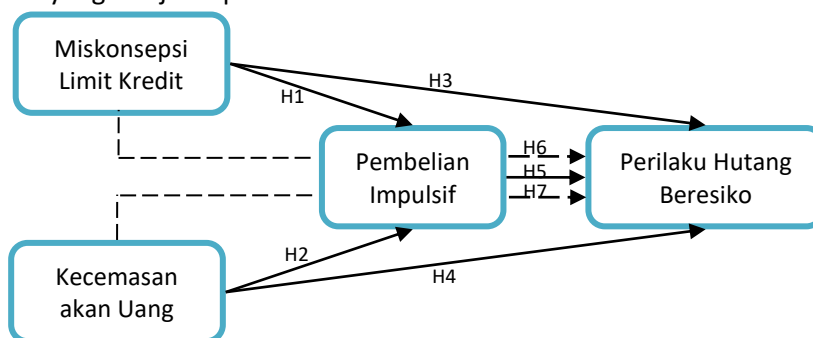
Beberapa peneliti menyatakan bahwa penggunaan kredit fintech menimbulkan resiko bagi pengguna seperti mendorong kepada PI, dan PI ini membuat utang pengguna menjadi meningkat (Huang et al., 2024). Pengambilan keputusan untuk melakukan PI dengan cara berhutang ada hubungannya dengan faktor psikologis yang menjadi pendorongnya (Fenton-O'Creedy & Furnham, 2022). Salah satu faktor psikologis yang dapat mendorong individu melakukan PI dengan cara berhutang yaitu MLK (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2019). Selain itu, kondisi emosi atau suasana hati individu juga dapat mempengaruhi perilaku berbelanja individu. Ketika dalam diri individu terdapat tekanan atau kecemasan atau suasana hatinya sedang tidak baik, maka individu akan mengatasinya dengan cara berbelanja secara impulsif (Cachón-Rodríguez et al., 2023). Namun, individu dengan kecemasan ini tidak akan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari tindakan PI yang dilakukannya yaitu memburuknya kondisi keuangan karena individu ini lebih fokus untuk merubah/mengatasi suasana hatinya yang gundah (Furnham & Fenton-O'creedy, 2024). Semakin sering individu melakukan PI melalui kredit karena pengaruh kecemasan yang dirasakannya, maka utang individu akan semakin tinggi dan situasi ini secara tidak langsung akan mengarahkan individu kepada PHB (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2020). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 5. PI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PHB

Hipotesis 6. PI memediasi hubungan MLK dengan PHB

Hipotesis 7. PI memediasi hubungan KAU dengan PHB

Berdasarkan ketujuh hipotesis yang diajukan, maka disusun kerangka penelitian sebagaimana yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan *explanatory* dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Adapun populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengguna paylater di Indonesia dengan jumlah sampel sebanyak 431 pengguna paylater. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar secara online menggunakan format google form. Kuesioner dirancang menggunakan skala likert lima tingkat dengan kriteria jawaban sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Adapun item pernyataan pada kuesioner diadaptasi dari penelitian Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira (2020). Sementara metode analisis pada penelitian adalah melalui *Structural Equation Model* (SEM) *Partial Least Square* (PLS) atau yang disingkat SEM-PLS menggunakan bantuan *software* Smart PLS 3.

4. Hasil dan Pembahasan

Konstruk Validitas dan Reliabilitas

Hasil pengolahan data pada Tabel 1 memperlihatkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap variabel yang diuji $> 0,5$. Artinya, variabel yang digunakan telah memenuhi syarat validiti konvergen. Kemudian, nilai *cronbach alpha* yang diperoleh pada masing-masing variabel adalah besar dari 0,7 dan nilai *composite reliability* pada masing-masing variabel juga lebih besar dari 0,7. Sehingga dapat dikatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan pada variabel penelitian ini menunjukkan konsistensi dan reliabilitasnya.

Tabel 1. Konstruk Validitas dan Reliabilitas

	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
PHB	0,628	0,852	0,894
PI	0,651	0,892	0,918
MLK	0,706	0,895	0,923
KAU	0,692	0,936	0,947

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2025)

Uji Inner Model SEM-PLS

Uji inner model SEM-PLS dilihat dari nilai R^2 dan nilai Q^2 *redundancy*. Hasil pengujian inner model ini disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji R^2 dan Q^2 Redundancy

Konstruk Endogen	R^2	Q^2 ($=1-SSE/SSO$)
PI	0,677	0,437
PHB	0,593	0,367

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2025)

Hasil pengujian R^2 pada variabel pembelian impulsif diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,677. Ini artinya, miskonsepsi limit kredit dan kecemasan akan uang berkontribusi dalam menjelaskan pembelian impulsif sebesar 67,7% dan sisanya 32,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti gaya hidup hedonis, strategi pemasaran, dan lain-lain. Pada variabel perilaku hutang beresiko diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,593. Ini artinya, miskonsepsi limit kredit, kecemasan akan uang, dan pembelian impulsif berkontribusi dalam menjelaskan perilaku hutang beresiko sebesar 59,3% dan sisanya 40,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti gaya hidup hedonis, pekerjaan, pengeluaran, faktor demografis dan lain sebagainya.

Analisis Q^2 untuk menjelaskan tingkat relevansi data yang dikumpulkan. Jika $Q^2 > 0$ menunjukkan sedikit relevansi prediktif, $Q^2 > 0,025$ menunjukkan medium relevan, dan $Q^2 > 0,5$ menunjukkan relevan yang besar (Hair et al., 2017). Berdasarkan pengujian diperoleh nilai Q^2 untuk variabel pembelian impulsif adalah $0,437 > 0,025$, maka dapat disimpulkan bahwa miskonsepsi limit kredit dan kecemasan akan uang memiliki relevansi medium dalam memprediksi pembelian impulsif. Kemudian, nilai Q^2 untuk variabel perilaku hutang beresiko adalah $0,367 > 0,025$, maka dapat disimpulkan bahwa miskonsepsi limit kredit, kecemasan akan uang dan pembelian impulsif memiliki relevansi medium dalam memprediksi perilaku hutang beresiko.

Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Hipotesis pengaruh langsung pada penelitian ini terdiri atas 5 hipotesis. Hipotesis diterima jika nilai $p\text{-value} \leq 0,05$ dan nilai $t\text{-statistik} > 1,96$ (Hair et al., 2017). Hasil uji hipotesis pengaruh langsung disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Output Path Coefficient Pengujian Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan Pengaruh
MLK -> PI	0,537	11,858	0,000	Signifikan
KAU -> PI	0,338	6,828	0,000	Signifikan
MLK -> PHB	0,258	4,626	0,000	Signifikan
KAU -> PHB	0,179	3,239	0,001	Signifikan
PI -> PHB	0,396	7,102	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian, nilai koefisien regresi pengaruh MLK terhadap PI adalah berslope positif sebesar 0,537 dengan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$ dan nilai *t-statistik* $11,858 > 1,96$, sehingga dapat dikatakan bahwa MLK dapat mempengaruhi PI secara positif signifikan, dengan begitu keputusannya hipotesis pertama diterima. Ini berarti, semakin tinggi MLK pengguna paylater, maka perilaku PI akan semakin meningkat. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira (2020) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara MLK terhadap perilaku PI. Temuan ini juga didukung oleh Sharma et al. (2021) yang menyatakan bahwa individu memiliki rasa kepemilikan yang tinggi pada uang pinjaman/kredit dalam bentuk digital dan hal ini membuat individu memanfaatkannya untuk berbelanja barang-barang yang sebenarnya tidak penting dan tidak terlalu dibutuhkan.

Temuan penelitian juga mendukung hipotesis kedua karena nilai koefisien regresi berslope positif sebesar 0,338 dengan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$ dan nilai *t-statistik* $6,828 > 1,96$, sehingga dapat dikatakan KAU dapat mempengaruhi PI secara positif signifikan. Ini berarti, semakin tinggi KAU pengguna paylater, maka perilaku PI juga akan meningkat. Temuan penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira (2020) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara KAU terhadap perilaku PI. Purwaningdyah & Pratminingsih (2025) juga menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara stress dan kecemasan terhadap PI.

MLK berpengaruh positif signifikan terhadap PHB dan hal ini ini dibuktikan dari nilai koefisien yang berslope positif sebesar 0,258 dengan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$ dan nilai *t-statistik* $4,626 > 1,96$, sehingga keputusannya hipotesis ketiga diterima. Ini berarti, semakin tinggi MLK pengguna paylater, maka PHB juga akan semakin meningkat. Temuan penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira (2020) yang menemukan pengaruh signifikan dari MLK terhadap PHB. Selain itu, Relja et al. (2024) juga menemukan bahwa pengguna paylater terlilit hutang karena menganggap limit kredit paylater sebagai tabungan miliknya dan bukan produk kredit/pinjaman sehingga pengguna terus berbelanja menggunakan paylater tanpa terkontrol.

Hasil pengujian pengaruh KAU terhadap PHB menunjukkan nilai koefisien regresi berslope positif sebesar 0,179 dengan nilai *p-value* $0,001 < 0,05$ dan nilai *t-statistik* $3,239 > 1,96$, sehingga dapat dikatakan bahwa KAU dapat mempengaruhi PHB secara positif signifikan, dengan begitu keputusannya hipotesis keempat diterima. Ini berarti, semakin tinggi KAU pada pengguna paylater, maka PHB juga akan semakin meningkat. Temuan penelitian ini sejalan dengan Abrantes-Braga dan Veludo-de-Oliveira (2020) yang menemukan hubungan positif dari KAU terhadap PHB. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Fenton-O'Creevy & Furnham (2022) yang menyatakan bahwa individu yang mengalami KAU cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang tidak sehat yaitu berhutang.

Pengaruh PI terhadap PHB menunjukkan nilai koefisien berslope positif sebesar 0.396 dengan nilai *p-value* $0.000 < 0.05$ dan nilai *t-statistik* $7,102 > 1.96$, sehingga dikatakan bahwa PI dapat mempengaruhi PHB secara positif signifikan, dengan begitu keputusannya hipotesis

kelima diterima. Ini berarti, semakin tinggi PI pengguna paylater, maka PHB juga akan semakin meningkat. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vieira et al. (2023) dan Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira (2020) yang menemukan bahwa PHB dipengaruhi oleh konsumerisme yang disebabkan oleh impulsivitas yang berlebihan sehingga menghasilkan kebiasaan yang berulang, dan hal ini menyebabkan akumulasi utang yang terus meningkat. Selain itu, Fenton-O'Creevy & Furnham (2020), dan Furnham & Fenton-O'Creevy (2024) juga menemukan bahwa PI yang berlebihan dapat menciptakan beban utang yang terus meningkat.

Pengujian Hipotesis Pengaruh Mediasi

Hipotesis pengaruh mediasi pada penelitian ini terdiri atas 2 hipotesis. Hipotesis diterima jika nilai t-statistik > 1.96 dan nilai p-value < 0.05 . Hasil uji pengaruh mediasi dilihat dari output *specific indirect effect* yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Output *Specific Indirect Effect* Pengujian Pengaruh Mediasi

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan Pengaruh
MLK -> PI -> PHB	0,213	6,039	0,000	Signifikan
KAU -> PI -> PHB	0,134	4,993	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2025)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis keenam diterima dan ini dibuktikan dari nilai koefisien berslope positif sebesar 0,213 dan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$ serta nilai t-statistik $6,039 > 1,96$. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa peningkatan PI pengguna paylater karena MLK, dapat secara tidak langsung meningkatkan PHB pengguna paylater. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira (2020). Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian Schomburgk & Hoffmann (2023) yang menyatakan metode pembayaran digital ini telah memfasilitasi masyarakat untuk melakukan PI dan menyembunyikan konsekuensi dari penggunaan layanan tersebut yaitu terlilit hutang. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Liu & Dewitte (2021) bahwa metode pembayaran mempengaruhi perilaku berbelanja individu. Semakin mudah penggunaan metode pembayaran, maka akan semakin meningkat perilaku berbelanja seseorang. Faktanya, jika individu terus terdorong untuk melakukan PI dari metode pembayaran kredit tersebut, maka utangnya akan semakin meningkat (Cook et al., 2023), dan hutang yang tinggi tersebut membuat individu semakin terlilit hutang sehingga memiliki PHB (Juita et al., 2024).

Hipotesis ketujuh yang diajukan diterima dan ini dibuktikan dari nilai koefisien berslope positif sebesar 0,134 dan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$ serta nilai t-statistik $4,993 > 1,96$. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa peningkatan PI pengguna paylater karena KAU, dapat secara tidak langsung meningkatkan PHB pengguna paylater. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira (2020). Selain itu, Fenton-O'Creevy & Furnham (2020) menyatakan bahwa perasaan cemas dan disaat bersamaan tidak memiliki uang dapat membuat individu berpikir tidak rasional dan melakukan PI melalui utang. Perilaku ini yang mengarahkan individu kepada perilaku keuangan destruktif yaitu berhutang. Individu ini cenderung bergantung pada utang ketika kembali mengalami kecemasan karena tidak memiliki simpanan. Sebab uang yang dimiliki sudah dimanfaatkan sebelumnya untuk pembelian impulsif akibat dari kecemasan yang dirasakannya (Sesini & Lozza, 2023).

5. Penutup

Kesimpulan

Temuan penelitian membuktikan ketujuh hipotesis yang diajukan diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa MLK dan KAU memiliki peran dalam mendorong PI secara positif

signifikan. Dari dua faktor perilaku yang diuji tersebut diketahui bahwa MLK memiliki peran yang paling besar dalam mendorong PI. Artinya, ketika pengguna paylater menganggap limit paylater adalah miliknya atau haknya untuk dibelanjakan sesuka hati, maka dorongan untuk melakukan PI menjadi lebih besar dibandingkan ketika pengguna paylater merasakan KAU. Selain itu, temuan penelitian juga membuktikan bahwa MLK, KAU dan PI memiliki peran dalam membentuk PHB secara positif signifikan, dan variabel yang memiliki peran besar dalam membentuk PHB adalah PI. Artinya, tinggi rendahnya PHB paylater banyak dipengaruhi oleh PI yang tidak terkontrol. Hal ini juga tidak terlepas dari fungsi paylater sebagai alat pembayaran yang dapat memfasilitasi pengguna paylater untuk membeli apapun yang diinginkannya. Oleh sebab itu, kehadiran paylater ini meningkatkan konsumsi pengguna paylater secara impulsif dan dampaknya, peningkatan PHB pengguna paylater jauh lebih tinggi dibandingkan ketika pengguna paylater merasakan MLK atau KAU. Tidak itu saja, temuan penelitian juga membuktikan bahwa PI memiliki pengaruh dalam memediasi hubungan MLK dan KAU dengan PHB, dan pengaruh PI ini semakin kuat ketika memediasi hubungan MLK dengan PHB. Artinya, PI akan meningkat tinggi ketika pengguna paylater menempatkan limit paylater sebagai akses dana pribadi untuk mendapatkan produk dan jasa yang diinginkannya. Oleh karena dorongan MLK tersebut, peningkatan PI menjadi tidak terkontrol dan dampaknya PHB meningkat lebih besar.

Implikasi Penelitian

Temuan penelitian ini menawarkan wawasan yang dapat digunakan oleh pemerintah dan pihak terkait lainnya karena dari temuan penelitian dapat diketahui bagaimana masyarakat Indonesia telah menormalkan hutang melalui kemudahan akses kredit pada aplikasi pembayaran Paylater. Kemudahan akses kredit pada aplikasi pembayaran Paylater telah mendorong kepada pembelian impulsif dan peningkatan konsumsi lewat hutang. Hal ini tentunya dapat membuat masyarakat Indonesia terjebak dalam kemiskinan sebab pendapatan sudah dihabiskan untuk membayar hutang paylater yang terus meningkat. Oleh sebab itu, melalui temuan penelitian ini, pemerintah dapat mencari cara dan solusi bagaimana hutang lewat paylater ini tidak terlalu dinormalkan oleh masyarakat Indonesia dan beberapa cara yang mungkin bisa diterapkan yaitu melalui regulasi yang lebih ketat lagi kepada perusahaan Fintech. Pemerintah juga dapat membuat regulasi atau strategi untuk membatasi transaksi pembelian masyarakat Indonesia melalui aplikasi paylater supaya pembelian impulsif masyarakat melalui pembayaran paylater dapat ditekan dengan begitu hutang pengguna paylater dapat berkurang dan kesejahteraan masyarakat Indonesia dapat meningkat. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat menambah wawasan kepada pengguna paylater karena dari temuan penelitian ini, pengguna paylater dapat mengetahui dampak dari penggunaan aplikasi paylater yang dilakukannya. Pengguna paylater sudah seharusnya lebih bertanggungjawab dalam menggunakan aplikasi paylater untuk transaksi pembelian dan sudah seharusnya aplikasi paylater tersebut digunakan untuk pembelian barang yang benar-benar dibutuhkan saja dan bukan karena dorongan impulsif. Sudah seharusnya pengguna paylater mulai untuk mengelola dengan baik keuangannya untuk kesejahteraan finansialnya dimasa depan dan mengurangi konsumsi melalui aplikasi paylater yang jelas dapat menurunkan kesejahteraan finansial pengguna karena pendapatan sudah dihabiskan untuk membayar hutang.

Rekomendasi Penelitian

Penelitian ini masih banyak memiliki kekurangan dan keterbatasan seperti penyebaran kuesioner kurang merata kepada seluruh provinsi yang mana seharusnya digunakan metode cluster berdasarkan populasi pengguna paylater di setiap provinsi dengan begitu populasi dapat mewakili sampel. Akan tetapi, karena tidak adanya data sekunder yang valid terkait

jumlah populasi pengguna paylater disetiap provinsi sehingga pengguna paylater pada setiap provinsi belum bisa digeneralkan. Berdasarkan keterbatasan tersebut, disarankan kepada peneliti berikutnya untuk bekerjasama dengan provider paylater dengan begitu dapat diketahui populasi dari paylater dari setiap provinsi dan hasil penelitian pun dapat digeneralkan berdasarkan wilayah yang ada di Indonesia. Selain itu, disarankan kepada peneliti berikutnya untuk menambahkan literasi keuangan sebagai variabel prediktor karena dari demografi responden diketahui bahwa pengguna paylater terbanyak adalah pengguna dengan latar belakang pendidikan non-ekonomi yang mana hal ini menandakan umumnya responden tidak begitu mengetahui literasi keuangan. Oleh sebab itu, dengan menambahkan literasi keuangan, maka dapat diketahui sejauh mana literasi keuangan dapat mempengaruhi kesehatan psikologi keuangan pengguna paylater dan pengaruhnya terhadap perilaku keuangan beresiko.

Daftar Pustaka

- Aalders, R. (2023). Buy Now, Pay Later: Redefining Indebted Users as Responsible Consumers. *Information, Communication & Society*, 26(5), 941–956. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2161830>
- Abrantes-Braga, F. D. M. A., & Veludo-de-Oliveira, T. (2019). Development and validation of financial well-being related scales. *International Journal of Bank Marketing*, 37(4), 1025–1040. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0074>
- Abrantes-Braga, F. D. M. A., & Veludo-de-Oliveira, T. (2020). Help me, I can't afford it! Antecedents and consequence of risky indebtedness behaviour. *European Journal of Marketing*, 54(9), 2223–2244. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2019-0455>
- Ashby, R., Sharifi, S., Yao, J., & Ang, L. (2025). The influence of the buy-now-pay-later payment mode on consumer spending decisions. *Journal of Retailing*, 101(1), 103–119. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2025.01.003>
- Blue, L., Cogan, L., Pham, T., Lammer, I., Menner, R., & Lee, C. (2023). SPEND AND REPEAT ! YOUNG ADULT ' S EXPERIENCES. *Financial Planning Research Journal*, 1–19.
- Cachón-Rodríguez, G., Blanco-González, A., Prado-Román, C., & Fernández-Portillo, A. (2023). How compulsive and impulsive buying affect consumer emotional regulation. Is anxiety a differential element? *European Journal of Management and Business Economics*, 34(3), 340–358. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-06-2023-0172>
- Chen, T., Marshall, B. R., Nguyen, N. H., & Visaltanachoti, N. (2024). What influences demand for Buy Now, Pay Later credit? *Economics Letters*, 242(June), 111857. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2024.111857>
- Cook, J., Davies, K., Farrugia, D., Threadgold, S., Coffey, J., Senior, K., Haro, A., & Shannon, B. (2023). Buy now pay later services as a way to pay: credit consumption and the depoliticization of debt. *Consumption Markets and Culture*, 26(4), 245–257. <https://doi.org/10.1080/10253866.2023.2219606>
- de Almeida, F., Ferreira, M. B., Soro, J. C., & Silva, C. S. (2021). Attitudes Toward Money and Control Strategies of Financial Behavior: A Comparison Between Overindebted and Non-overindebted Consumers. *Frontiers in Psychology*, 12(April). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.566594>
- Djamhari, S. I., Mustika, M. D., Sjabadhyni, B., & Ndaru, A. R. P. (2024). Impulsive buying in the digital age: investigating the dynamics of sales promotion, FOMO, and digital payment methods. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2419484>
- Fan, L., & Henager, R. (2022). A structural determinants framework for financial well-being. *Journal of Family and Economic Issues*, 43(2), 415–428. <https://doi.org/10.1007/s10834-021-09798-w>

- Fatmawati, S., & Suwardi, E. (2024). Paylater as The Millennial Payment: Theory Planned Behavior. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(2), 91–102. <https://doi.org/10.9744/jak.26.2.91-102>
- Fenton-O’Creedy, M., & Furnham, A. (2020). Money Attitudes, Personality and Chronic Impulse Buying. *Applied Psychology*, 69(4), 1557–1572. <https://doi.org/10.1111/apps.12215>
- Fenton-O’Creedy, M., & Furnham, A. (2022). Money attitudes, financial capabilities, and impulsiveness as predictors of wealth accumulation. *PLoS ONE*, 17(11 November), 1–15. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0278047>
- Ferreira, M. B., de Almeida, F., Soro, J. C., Herter, M. M., Pinto, D. C., & Silva, C. S. (2021). On the Relation Between Over-Indebtedness and Well-Being: An Analysis of the Mechanisms Influencing Health, Sleep, Life Satisfaction, and Emotional Well-Being. *Frontiers in Psychology*, 12(April). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.591875>
- Furnham, A., & Cuppello, S. (2023). Exploring the relationship between personality and money scripts while controlling for demography, ideology, and self-esteem. *Financial Planning Review*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/cfp2.1167>
- Furnham, A., & Fenton-O’creedy, M. (2024). Money Attitudes, Budgeting and Habits. *Journal of Financial Management, Markets and Institutions*, 12(2), 1–18. <https://doi.org/10.1142/S2282717X24500014>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Marco, S. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*No Title. Sage.
- Huang, S. C., Silalahi, A. D. K., Eunike, I. J., & Riantama, D. (2024). Understanding impulse buying in E-commerce: The Big Five traits perspective and moderating effect of time pressure and emotions. *Telematics and Informatics Reports*, 15(April). <https://doi.org/10.1016/j.teler.2024.100157>
- Jie, W., Poulouva, P., Haider, S. A., & Sham, R. B. (2022). Impact of internet usage on consumer impulsive buying behavior of agriculture products: Moderating role of personality traits and emotional intelligence. *Frontiers in Psychology*, 13(August), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.951103>
- Johnson, D., Rodwell, J., & Hendry, T. (2021). Analyzing the impacts of financial services regulation to make the case that buy-now-pay-later regulation is failing. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su13041992>
- Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2024). Dataset on online impulsive buying behavior of buy now pay later users and non-buy now pay later users in Indonesia using the stimulus-organism-response model. *Data in Brief*, 54, 110500. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2024.110500>
- Khan, J., & Belk, R. (2024). Money you could touch: cash and psychological ownership. *Qualitative Market Research*, 27(5), 820–840. <https://doi.org/10.1108/QMR-04-2023-0049>
- Krisnawati, A., & Sam, D. M. R. (2024). *The Impact of Debt Literacy on Over-Indebtedness of Buy Now Pay Later (BNPL) Users in West Java* (Issue Scbtii). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-558-4_12
- Kristjanpoller, W., Astudillo, N., & Olson, J. E. (2022). An empirical application of a hybrid ANFIS model to predict household over-indebtedness. *Neural Computing and Applications*, 34, 17343–17353. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s00521-022-07389-w>
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers’ online purchase behavior. *Journal of Retailing*, 100(4), 602–617. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.09.004>
- Leandro, J. C., & Botelho, D. (2022). Consumer over-indebtedness: A review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 145, 535–551. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.023>

- Liu, Y., & Dewitte, S. (2021). A replication study of the credit card effect on spending behavior and an extension to mobile payments. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60(201606530019), 1–43. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102472>
- Luci Irawati, Muhammad Zilal Hamzah, & Eleonora Sofilda. (2024). Regulating Buy Now Pay Later (BNPL) in Asean: a Comparative Analysis on Regulatory Challenges and Opportunities. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(4), 60–81. <https://doi.org/10.61132/ijema.v1i4.227>
- Nyrhinen, J., Sirola, A., Koskelainen, T., Munnukka, J., & Wilska, T. A. (2024). Online antecedents for young consumers' impulse buying behavior. *Computers in Human Behavior*, 153(December 2023), 108129. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108129>
- Ong, Z. Y., Lau, J. L., & Zainudin, N. (2021). Money attitude, materialism and compulsive buying among Malaysian young adults. *Management Science Letters*, 11, 281–290. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.8.005>
- Panos, G. A., & Wilson, J. O. S. (2020). Financial literacy and responsible finance in the FinTech era: capabilities and challenges. *European Journal of Finance*, 26(4–5), 297–301. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2020.1717569>
- Prazadhea, A. A., & Fitriyah, F. (2023). the Influence of Financial Literacy, Ease of Use and Usefulness on the Use of Shopee Paylater in Malang City Students. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 723–743. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3066>
- Purwaningdyah, S. W. S., & Pratminingsih, S. A. (2025). Stressed and Shopping: Examining Social Media-Induced Stress and Online Impulsive Buying in Gen Z. *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi*, 15(3), 343–359. <https://doi.org/10.18196/jbti.v15i3.24822>
- Relja, R., Ward, P., & Zhao, A. L. (2024). Understanding the psychological determinants of buy-now-pay-later (BNPL) in the UK: a user perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 42(1), 7–37. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2022-0324>
- Schomburgk, L., & Hoffmann, A. (2023). How mindfulness reduces BNPL usage and how that relates to overall well-being. *European Journal of Marketing*, 57(2), 325–359. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2021-0923>
- Sesini, G., & Lozza, E. (2023). Understanding Individual Attitude to Money: A Systematic Scoping Review and Research Agenda. *Collabra: Psychology*, 9(1), 1–25. <https://doi.org/10.1525/collabra.77305>
- Sharma, E., Tully, S., & Cryder, C. (2021). Psychological Ownership of (Borrowed) Money. *Journal of Marketing Research*, 58(3), 497–514. <https://doi.org/10.1177/0022243721993816>
- Threadgold, S., Shannon, B., Haro, A., Cook, J., Davies, K., Coffey, J., Farrugia, D., Matthews, B., Healy, J., & Burrows, R. (2025). Buy Now, Pay Later technologies and the gamification of debt in the financial lives of young people. *Journal of Cultural Economy*, 18(1), 52–67. <https://doi.org/10.1080/17530350.2024.2346210>
- Vieira, K. M., Matheis, T. K., & Maciel, A. M. H. (2023). Risky Indebtedness Behavior: Impacts on Financial Preparation for Retirement and Perceived Financial Well-Being. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(12). <https://doi.org/10.3390/jrfm16120519>
- Wang, Y., Pan, J., Xu, Y., Luo, J., & Wu, Y. (2022). The Determinants of Impulsive Buying Behavior in Electronic Commerce. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127500>