

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap finansial terbukti tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap finansial yang dimiliki mahasiswa, maka semakin kecil kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan *PayLater*. Artinya, meskipun seorang mahasiswa memiliki sikap finansial yang baik (misalnya hemat, hati-hati dalam mengatur uang, dan sadar pentingnya perencanaan keuangan), hal itu belum tentu membuat mereka menolak menggunakan Shopee *PayLater*. Begitu juga sebaliknya, mahasiswa yang sikap finansialnya kurang baik belum tentu lebih sering menggunakan Shopee *PayLater*.
2. Kontrol Diri Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Hal ini berarti bahwa mahasiswa yang memiliki kontrol diri rendah cenderung lebih impulsif dan lebih mudah tergoda untuk menggunakan fasilitas *PayLater*, sedangkan mahasiswa dengan kontrol diri yang tinggi mampu menahan dorongan belanja sesaat dan lebih selektif dalam memanfaatkan layanan tersebut. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri baik biasanya mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh godaan promosi, diskon, maupun tren konsumsi yang

berkembang di lingkungan sekitarnya. Sebaliknya, mahasiswa dengan kontrol diri rendah lebih cenderung mencari kepuasan instan (*instant gratification*), yaitu keinginan untuk segera memperoleh barang atau jasa meskipun belum memiliki kemampuan finansial yang memadai. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu faktor internal yang sangat menentukan perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Mahasiswa yang memiliki kemampuan mengendalikan diri akan cenderung menggunakan layanan tersebut secara lebih bertanggung jawab, sedangkan mahasiswa yang tidak mampu menahan keinginan konsumtif akan lebih rentan terjatuh dalam penggunaan *PayLater* yang berlebihan.

3. Teman sebaya terbukti berpengaruh terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Artinya, keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan *PayLater* sangat dipengaruhi oleh interaksi dan dorongan dari lingkungan pertemanan mereka. Ketika mayoritas teman sebaya menggunakan penggunaan Shopee *PayLater*, mahasiswa akan terdorong untuk melakukan hal yang sama agar tidak merasa berbeda dari kelompoknya. Sebaliknya, jika lingkungan pertemanan tidak mendukung, kecenderungan untuk menggunakan layanan tersebut menjadi lebih rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan teman sebaya menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku mahasiswa dalam menggunakan Shopee *PayLater*.

5.2 Keterbatasan dan Saran

1. Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh populasi mahasiswa di Indonesia. Disarankan untuk penelitian yang akan datang untuk memperluas objek penelitian, tidak hanya terbatas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Bung Hatta tetapi juga dosen-dosen dan juga fakultas lain maupun perguruan tinggi lain. Dengan demikian, hasil penelitian dapat lebih digeneralisasikan pada populasi mahasiswa dan dosen di Indonesia.
2. Variabel independen yang diteliti hanya terbatas pada sikap finansial, kontrol diri, dan teman sebaya. Disarankan untuk penelitian yang akan datang dapat menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, gaya hidup, status ekonomi keluarga, maupun faktor psikologis lainnya. Sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan Shopee *PayLater*.
3. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner *self-report* memungkinkan adanya bias subjektif dari responden, baik karena keinginan untuk memberikan jawaban yang dianggap “baik” maupun karena kurangnya pemahaman terhadap pernyataan dalam kuesioner. Disarankan untuk penelitian yang akan datang dapat menggunakan kombinasi metode, misalnya wawancara mendalam, observasi, atau triangulasi data. Agar hasil yang diperoleh lebih objektif dan valid.

5.3 Implikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap finansial, kontrol diri, dan teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan Shopee *PayLater*. Implikasi utama dari temuan ini adalah bahwa perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan *PayLater* bukanlah hasil dari satu faktor tunggal, melainkan kombinasi antara faktor internal (sikap finansial dan kontrol diri) serta faktor eksternal (teman sebaya).

Pertama, pengaruh negatif signifikan dari sikap finansial menunjukkan bahwa semakin buruk sikap mahasiswa dalam mengelola keuangannya, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menggunakan Shopee *PayLater*. Hal ini mengimplikasikan pentingnya pendidikan keuangan sejak dini agar mahasiswa dapat membangun sikap finansial yang lebih sehat. Kedua, pengaruh positif kontrol diri mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan mahasiswa mengendalikan diri, semakin rasional pula keputusan mereka dalam menggunakan fasilitas kredit. Oleh karena itu, program peningkatan soft skills yang menekankan pada pengendalian diri dan pengelolaan kebutuhan vs keinginan sangat diperlukan di lingkungan perguruan tinggi.

Ketiga, hasil yang menunjukkan teman sebaya berpengaruh positif signifikan menegaskan bahwa lingkungan sosial mahasiswa sangat menentukan pola konsumsi mereka. Temuan ini dapat menjadi perhatian bagi pihak kampus maupun penyedia layanan fintech untuk mengedukasi mahasiswa tentang risiko mengikuti tren konsumsi hanya karena tekanan kelompok. Dengan demikian,

implikasi praktis penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara literasi keuangan, penguatan karakter mahasiswa, dan regulasi dari pihak penyedia layanan *fintech* untuk membentuk perilaku keuangan yang lebih sehat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, R., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2021). Keputusan pembelian secara online berdasarkan kelompok referensi, keluarga serta peran dan status. *Budgeting: Journal of Business, Management and Accounting*, 2(2), 205–216.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amelia, A., & Kartika, Y. (2024). Pengaruh self-control terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pengguna fintech. *Jurnal Psikologi dan Ekonomi Digital*, 6(1), 33–45.
- Amron, A. (2018). The influence of personality on consumer purchase decision: Empirical study on Unilever product in Semarang, Indonesia. *Archives of Business Research*, 6(10), 42–52.
- Anggraini, R. D., & Nugroho, B. Y. S. (2021). Pengaruh literasi keuangan kontrol diri, dan teman sebaya terhadap keputusan penggunaan PayLater pada mahasiswa. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 20(1), 45–54.
- Anggreni, R., & Tandika, R. (2019). Pengaruh sikap finansial terhadap perilaku keuangan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 11(1), 34–42.
- Anisa, N., Sitohang, S., & Azzahra, F. (2021). Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan kontrol diri terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa.
- Ardini, L., & Nugroho, M.A. (2020). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, dan Locus of Control terhadap Financial Management Behavior.
- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership, and men*. Carnegie Press.
- Asih, D., & Khafid, M. (2020). Sikap finansial dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 8(2), 75–83.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial* (10th ed.). Jakarta: Erlangga.

- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2004). Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications. New York: Guilford Press.
- Baumeister, R. F., Stromback, C., et al. (2017). Financial behavior and self regulation. *Journal of Economic Psychology*, 62, 52–61.
- Bearden, W. O., & Etzel, M. J. (1982). Reference group influence on product and brand purchase decisions. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 183–194.
- Besri, F. (2018). Pengaruh sikap finansial terhadap perilaku pengelolaan keuangan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22(3), 450–465.
- Blackhart, G. C., Nelson, B. C., Winter, A., & Rockney, A. (2011). Self-control in relation to aggression, impulsivity, and antisocial behavior. *Personality and Individual Differences*, 51(4), 453–458.
- Brigitta, A., & Widyastuti, T. (2022). Self-control dan perilaku keuangan mahasiswa pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Keuangan Mahasiswa*, 4(2), 101–109.
- Calhoun, J. F., & Acocella, J. R. (1990). *Psychology of adjustment and human relationships*. New York: Random House.
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamustera psikologi modern*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Chaudhuri, A., Mazumdar, S., & Ghosh, R. (2019). Social influence, peer pressure, and consumer decision-making in digital platforms.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice* (5th ed.). Boston: Pearson.
- Damayanti, R. (2023). Perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 66–78.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The financial management behavior scale: Development and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59.
- Dwi Astanti, S. (2021). Pengaruh financial attitude terhadap financial behavior generasi milenial di era digital. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 25–36.

- Ernawati, R. (2022). Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 5(1), 40–48.
- Feralda, M., Sukma, A., & Yuliani, R. (2023). Financial attitude dan kontrol diri dalam menekan perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen Keuangan Digital*, 5(1), 12–24.
- Fitriani, R. (2023). Dampak kemudahan fitur PayLater terhadap perilaku belanja mahasiswa. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 7(2), 211–222.
- Friese, M., & Hofmann, W. (2009). Control me or I will control you: Self-control and the regulation of social conduct. *Psychological Inquiry*, 20(3–4), 158–168.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). Konformitas dan media sosial sebagai faktor pengaruh perilaku konsumen digital. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 11(3), 88–95.
- Gottfredson, M. R., & Hirschi, T. (1990). *A general theory of crime*. Stanford University Press.
- Gunawan, C. M., Rahmania, L., & Kenang, I. H. (2023). The influence of social influence and peer influence on intention to purchase in e-commerce. *Review of Management and Entrepreneurship*, 7(2), 1–12.
- Handayani, A., & Maulida, N. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 112–119.
- Hanurawan, F. (2014). *Psikologi sosial: Sebuah pengantar*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Hendarman, M. N. R., & Andriani, M. (2020). Pengaruh social media usage dan peer influence terhadap keputusan pembelian melalui electronic word of mouth sebagai variabel intervening pada online marketplace. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 2(1), 45–56.
- Hirschi, T. (1990). *Causes of delinquency*. Berkeley: University of California Press.
- Julita, N., Wulandari, D., & Santoso, F. (2022). Perilaku konsumtif dan penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa. *Jurnal Keuangan Digital*, 2(3), 134–142.

- Jurnal Ekonomi Digital*, 2(1), 45–56.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Kasmir. (2013). *Manajemen keuangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing* (13th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- LaRose, R., & Eastin, M. S. (2004). A social cognitive theory of internet uses and gratifications: Toward a new model of media attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358–377.
- Lee, E., & Song, D. (2013). Effects of trust and perceived risk on user acceptance of online banking in Korea.
- Linuwih, T. (2020). Pengaruh sosial terhadap penggunaan Shopee PayLater.
- Lu, J., Yu, C. S., Liu, C., & Yao, J. E. (2025). Technology acceptance model for wireless Internet. *Internet Research*, 15(5), 502–522.
- Maison, D. (2019). *The psychology of financial consumer behavior*. Routledge.
- Marsh, W. H. (2006). Financial attitudes and behavior. *Journal of Consumer Studies*, 40(2), 205–214.
- Muraven, M., & Baumeister, R. F. (2000). Self-regulation and depletion of limited resources: Does self-control resemble a muscle? *Psychological Bulletin*, 126(2), 247–259.
- Myers, D. G. (2010). *Social psychology* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Ningrum, S. A., & Hadi, S. (2021). Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 6(2), 112–121.
- Nofitriani, E. (2022). Kontrol diri dalam pengambilan keputusan keuangan. *Jurnal Psikologi Keuangan*, 3(1), 60–70.
- Pankow, D. (2003). Financial education: What is it and what makes it so important. *North Dakota State University Extension Service*.

- Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who is in control? The role of self-perception, knowledge, and income in explaining consumer financial behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 299–313.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2015). Determinants of financial literacy: Analysis of the influence of socioeconomic and demographic variables. *Revista Contabilidade & Finanças*, 26(69), 362–377.
- Prabawanti, D. & Setiawan, H. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 11(1), 25–35.
- Prabowo, A. H., & Sari, R. N. (2021). Perilaku pembayaran digital mahasiswa: Pengaruh sikap keuangan dan kemudahan akses. *Jurnal Keuangan Digital*, 3(2), 88–100.
- Purwati, A., Sari, N. P., & Ramadhan, Y. (2023). Pengaruh lingkungan sosial dan media digital terhadap penggunaan fitur PayLater. *Jurnal Sosial dan Teknologi*, 2(4), 55–68.
- Putri, M. D., & Darmawan, A. (2023). Pengaruh financial attitude terhadap keputusan penggunaan BNPL pada mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 23–31.
- Putri, S. N., & Suwitho. (2022). Pengaruh gaya hidup, teman sebaya, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 78–86.
- Rahi, S., Ghani, M. A., & Ngah, A. H. (2022). Investigating the role of financial literacy and financial attitude on financial management behavior: Mediation of financial self-efficacy. *Internasional Journal of Social Economics*, 49(3), 428–447.
- Rahmawati, F., & Fitria, D. (2023). Pengaruh teman sebaya dan tren digital terhadap penggunaan layanan PayLater mahasiswa. *Jurnal Psikologi Digital*, 3(1), 22–31.
- Ratten, V. (2015). Book review: Psychological theories of consumer behavior. *Journal of Consumer Policy*, 38(4), 449–452.
- Riquelme, H. E., & Rios, R. E. (2010). The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 328–341.

- Robb, C. A., & Sharpe, D. L. (2009). Effect of personal financial knowledge on college students' credit card behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20(1), 25–43.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence*. New York: McGraw-Hill.
- Setiyani, R., & Solikhah, B. (2019). The effect of financial attitude, financial knowledge, and locus of control on financial management behavior. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11(1), 1–10.
- Shefrin, H. (2000). *Beyond greed and fear: Understanding behavioral finance and the psychology of investing*. Harvard Business Press.
- Shim, S., Barber, B. L., Card, N. A., Xiao, J. J., & Serido, J. (2010). Financial socialization of first-year college students: The roles of parents, work, and education. *Journal of Youth and Adolescence*, 39(12), 1457–1470.
- Sholehah, A., & Amaniyah, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Penggunaan Paylater pada Mahasiswa.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, A., Hamidah, H., & Kurnianti, A. (2022). Peran sikap keuangan terhadap pengelolaan uang mahasiswa. *Jurnal Manajemen Keuangan dan Akuntansi*, 7(1), 45–53.
- Sumarni, S., Kurniawan, B., & Lestari, M. (2020). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*, 6(2), 54–62.
- Tampubolon, H., & Rahmadani, E. (2022). Financial attitude dan perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 144–156.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324.
- Triani, F., & Wahdiniwaty, R. (2013). Pengaruh sikap keuangan terhadap keputusan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 77–86.

- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Widi Nugrahanti, A., et al. (2024). Pengaruh sikap finansial terhadap penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Generasi Milenial*, 3(1), 55–65.
- Xiao, J. J. (2008). Applying behavior theories to financial behavior. *Handbook of Consumer Finance Research*, 69–81.
- Yuliana, R., & Lestari, D. (2019). Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 8(2), 102–110.
- Zahrufiq, M. (2022). Sikap finansial dan penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa. *Jurnal Konsumen Digital*, 2(1), 50–60.
- Zhou, T. (2012). Understanding users' initial trust in mobile banking: An elaboration likelihood perspective. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1518–1525.

LAMPIRAN