

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP KONSUMTIF, DAN
FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP PENGGUNAAN
PAYLATER DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Devi Romadhonita

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
deviromadhonitaaa@gmail.com

Istiono

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
istionomba@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of financial literacy, a consumer lifestyle, and fear of missing out (FOMO) on Paylater usage among students at the Faculty of Economics and Business, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. This study used a quantitative approach by distributing a Google Form to 100 eligible respondents, namely active students and Paylater users. Data analysis techniques used included multiple regression analysis, validity testing, reliability testing, classical assumption testing, partial T-test, and simultaneous F-test using SPSS 26. The results of this study indicate that all three variables significantly influence Paylater usage, both simultaneously and partially. Simultaneously, the F-value reached 21.701 and a significance level of 0.000. Financial Literacy had a significance value of 0.000 and a t-count of 4.686, Consumptive Lifestyle had a significance value of 0.000 and a t-count of 5.260, and Fear of Missing Out (FOMO) had a significance value of 0.000 and a t-count of 3.657. This study confirms that Paylater usage is not only influenced by financial literacy, but also by lifestyle and psychological factors.

Keywords: *Financial Literacy, Consumptive Lifestyle, Fear of Missing Out (FOMO), Paylater Usage*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dalam beberapa tahun terakhir sangat pesat dan telah mengubah aspek kehidupan, termasuk di bidang keuangan. Karena kemajuan teknologi, sektor keuangan semakin berkembang dan menjadi lebih modern. Salah satu perubahan yang terjadi adalah munculnya teknologi finansial, yang disebut *fintech*. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *fintech* merupakan inovasi di bidang keuangan yang membantu proses transaksi keuangan agar lebih aman dan praktis, serta menciptakan sistem atau produk yang lebih efisien. Fenomena *fintech* tidak hanya memberikan kemudahan transaksi, tetapi juga membawa berdampak pada struktur keuangan, kebijakan regulasi, dan literasi masyarakat. Regulasi pun harus beradaptasi agar bisa menjaga keseimbangan antara

mendorong inovasi dan melindungi konsumen dari potensi risiko. Otoritas Jasa Keuangan telah merespons dinamika ini dengan memperkuat regulasi terkait layanan keuangan berbasis teknologi, termasuk skema *Buy Now Pay Later (BNPL)* atau *paylater*. Dalam regulasi terbaru, OJK menetapkan beberapa syarat minimum bagi penyelenggara layanan daring dan menyusun kerangka perlindungan konsumen untuk memitigasi risiko jebakan utang. Regulasi semacam ini penting agar adopsi fintech tidak berujung pada eksploitasi konsumen yang kurang memahami konsekuensi keuangan.

Menurut GoodStats 2024, Jumlah kontrak pembiayaan *Paylater* yang pada tahun 2019 hanya tercatat 4,63 juta menjadi 79.92 juta pada tahun 2023. Pada Maret 2024 nilai piutang *paylater* mencapai Rp6,13 triliun, dan mengalami kenaikan tahunan sebesar 23,9%. Laporan Katadata Insight Center (2023) menunjukkan bahwa 26,5% pengguna *paylater* berasal dari kelompok usia 18–25 tahun, yang sebagian besar merupakan mahasiswa. Data ini menunjukkan bahwa mahasiswa menjadi salah satu segmen pengguna terbesar layanan *Paylater*. Sehingga rentan terhadap masalah keuangan karena keterbatasan pendapatan tetap dan pengalaman manajemen keuangan. Di satu sisi, mahasiswa terpapar informasi literasi keuangan melalui media sosial, kampus, maupun konten edukasi digital. Namun di sisi lain, media sosial mendorong gaya hidup konsumtif melalui tren, promo *flash sale*, hingga budaya pamer (*flexing*) yang menimbulkan dorongan untuk berbelanja impulsif (Putri & Sari, 2023). Gaya hidup hedonis berdampak negatif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa karena mengurangi kemampuan mereka menabung.

Kemudahan penggunaan *paylater* memperkuat fenomena ini. Layanan *Paylater* memungkinkan mahasiswa membeli barang tanpa harus memiliki uang tunai terlebih dahulu, sehingga menimbulkan risiko *overconsumption* dan utang konsumtif jika tidak disertai kontrol keuangan yang baik (Priyadi & Rinawati, 2023). Selain itu, faktor psikologis seperti *Fear of Missing Out (FOMO)* memperburuk situasi ini. *FOMO*, atau rasa takut ketinggalan tren, merupakan pendorong kuat perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Tekanan untuk selalu terhubung dan mengikuti tren terkini seringkali mengaburkan pertimbangan keuangan yang rasional. Data dari Tempo.co menunjukkan bahwa *FOMO* dan penggunaan *Paylater* merupakan hambatan utama bagi mahasiswa untuk menabung. Fenomena ini menggarisbawahi urgensi penelitian tentang bagaimana faktor kognitif (literasi keuangan), sosial (gaya hidup), dan psikologis (*FOMO*) mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan layanan kredit konsumen seperti *Paylater*.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam, yaitu hasil signifikan positif oleh Priyadi & Rinawati (2025) menemukan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Paylater* pada mahasiswa. Temuan serupa diperkuat oleh Haiqal, Bintari, & Hidayah (2023) yang menyatakan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh simultan terhadap perilaku penggunaan *Paylater*. Penelitian Tholib (2025) juga menunjukkan bahwa *Buy Now Paylater*, gaya hidup, dan *FOMO* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil tidak signifikan/berlawanan arah oleh Dewi & Raskadi (2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan

berpengaruh negatif terhadap intensitas penggunaan *Paylater*, karena mahasiswa yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih berhati-hati.

Sementara penelitian Queenanda & Lestari (2024) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan, namun literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Paylater*. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada integrasi simultan antara variabel literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan *FOMO* dalam konteks penggunaan layanan BNPL (*Paylater*) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung hanya menguji dua variabel secara terpisah. Dengan menambahkan *FOMO* sebagai variabel psikologis yang penting bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai perilaku keuangan generasi muda di era digital.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Paylater

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2020), *Paylater* adalah fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh penyedia layanan *fintech* atau *e-commerce* kepada pengguna yang memenuhi syarat, dengan syarat pembayaran dilakukan sesuai tenor yang dipilih. Beberapa platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Gojek, dan Traveloka menyediakan layanan *Paylater* untuk memfasilitasi transaksi digital. Fitur ini berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan kebutuhan transaksi non-tunai (GoodStats, 2024).

Literasi Keuangan

Menurut Lusardi & Mitchell (2020), literasi keuangan mencakup kemampuan memahami bunga, risiko, inflasi, serta keterampilan mengelola keuangan secara bijak. OJK (2020), menekankan literasi keuangan proses untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan masyarakat agar memilih produk layanan keuangan yang sesuai.

Gaya Hidup Konsumtif

Menurut Kloter & Keller (2021), Gaya hidup konsumtif adalah pola hidup seseorang yang diungkapkan dalam aktivitas, minat, dan opini dan didorong oleh keinginan, bukan kebutuhan. Menurut Putri & Sari (2023), menegaskan bahwa gaya hidup konsumtif memicu perilaku belanja berlebihan, sering kali didorong oleh media sosial dan budaya pamer (*flexing*).

Fear of Missing Out (FOMO)

FOMO adalah perasaan takut tertinggal sesuatu yang dialami individu saat tidak ikut serta dalam aktivitas atau tidak memiliki sesuatu yang dimiliki orang lain. *Fear of missing out (FOMO)* adalah konsep yang terkenal dalam budaya populer. Konsep ini berhasil diterapkan dan digunakan dalam periklanan bisnis untuk memulai penjualan. Namun, penelitian akademis hanya berfokus pada *FOMO* sebagai ciri pribadi yang mengarah pada perilaku motivasi diri *FOMO* (Mentari Septynaputri Widodo, 2024).

C. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang dikirim melalui *Google Form* kepada pelaku dari mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan *skala likert*. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menentukan pengaruh parsial (uji-t) dan simultan (uji-F) dari ketiga variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2023). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel yaitu 94 responden dan di olah menggunakan SPSS versi 26.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel		R hitung	R tabel	Kesimpulan
Literasi Keuangan (X ₁)	X1.1	0,496	0,202	Valid
	X1.2	0,539		Valid
	X1.3	0,486		Valid
	X1.4	0,498		Valid
	X1.5	0,475		Valid
Gaya Hidup konsumtif (X ₂)	X2.1	0,396		Valid
	X2.2	0,528		Valid
	X2.3	0,514		Valid
	X2.4	0,564		Valid
	X2.5	0,394		Valid
Fear Of Missing (X ₃)	X3.1	0,535		Valid
	X3.2	0,487		Valid
	X3.3	0,504		Valid
	X3.4	0,480		Valid
	X3.5	0,471		Valid
Penggunaan Paylater (Y)	Y1	0,593		Valid
	Y2	0,595		Valid
	Y3	0,581		Valid
	Y4	0,652		Valid
	Y5	0,670		Valid

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa *r hitung* lebih besar dari *r tabel* sebesar 0,202, yaitu masing-masing pernyataan pada variabel Literasi Keuangan (X₁), Gaya Hidup Konsumtif (X₂), *Fear of Missing Out* (X₃), dan Penggunaan Paylater (Y) berdasarkan persepsi responden dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Angka Pembanding	Keterangan
Literasi Keuangan	0,926	0,700	Reliabel
Gaya Hidup Konsumtif	0,910	0,700	Reliabel
Fear Of Missing Out	0,916	0,700	Reliabel
Penggunaan Paylater	0,827	0,700	Reliabel

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* $>0,700$ sehingga dapat ditarik kesimpulan yaitu semua variabel dari Literasi Keuangan (X_1), Gaya Hidup Konsumtif (X_2), *Fear of Missing Out* (X_3), dan Penggunaan Paylater (Y) dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.10310569
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.050
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov pada Tabel 4.6, terdapat nilai residual berdistribusi normal. Hal tersebut dibuktikan nilai signifikansi (Asymp.sig) sebesar 0.171, yang nilainya lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

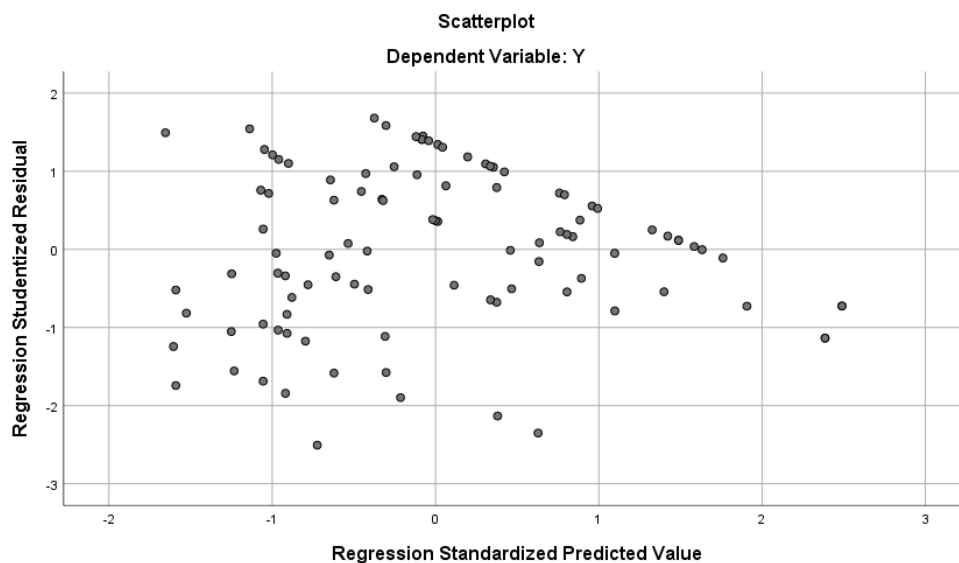
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.773	7.838	2.778	.007		
	X1	.277	.059	.370	.000	.993	1.007
	X2	.301	.057	.415	.000	.998	1.002
	X3	.218	.060	.289	.000	.994	1.006

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance variabel Literasi keuangan (X_1), Gaya Hidup Konsumtif (X_2), *Fear of Missing Out* (X_3), dan Penggunaan *Paylater* (Y) $> 0,10$ dan $VIF < 10$, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Dari Gambar diatas, titik-titik terlihat menyebar meskipun ada beberapa titik yang berkumpul, tetapi tidak membentuk pola yang jelas. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Hasil Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.773	7.838		2.778	.007
	X1	.277	.059	.370	4.686	.000
	X2	.301	.057	.415	5.260	.000
	X3	.218	.060	.289	3.657	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Nilai konstanta sebesar 21.773, artinya bahwa nilai positif variabel independen. Hal ini berarti jika X_1 , X_2 , dan X_3 bernilai 0, maka Y bernilai positif. Koefisien regresi Literasi Keuangan (X_1) sebesar 0,277, menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai Literasi Keuangan (X_1) akan meningkatkan Penggunaan *Paylater* (Y). Koefisien regresi Gaya Hidup Konsumtif (X_2) sebesar 0,301, menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai Gaya Hidup Konsumtif (X_2) akan meningkatkan Penggunaan *Paylater* (Y). Koefisien regresi *Fear of Missing Out* (X_3) sebesar 0,218, menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai *Fear of Missing Out* (X_3) akan meningkatkan Penggunaan *Paylater* (Y).

Dari hasil tersebut, Gaya Hidup Konsumtif (X_2) memiliki pengaruh besar terhadap Penggunaan *Paylater* (Y) dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu Literasi Keuangan (X_1) dan *Fear of Missing Out* (X_3), hal tersebut ditunjukkan pada nilai koefisien regresi yang tertinggi sebesar 0,301. Semua variabel independen memiliki hubungan yang positif, sehingga memiliki arti peningkatan pada masing-masing variabel juga akan meningkatkan variabel dependen yakni Penggunaan *Paylater* secara keseluruhan.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 6 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1130.288	3	376.763	21.701	.000 ^b
	Residual	1666.712	96	17.362		
	Total	2797.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X_3 , X_2 , X_1

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan hasil uji F diatas, nili F tabel sebesar 21,701 dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi keuangan (X_1), Gaya Hidup Konsumtif (X_2), *Fear of Missing Out* (X_3), secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Penggunaan *Paylater* (Y).

Uji T (Uji Parsial)

Tabel 7 Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.773	7.838		2.778	.007
	X1	.277	.059	.370	4.686	.000
	X2	.301	.057	.415	5.260	.000
	X3	.218	.060	.289	3.657	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan hasil uji T diatas, diperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $>$ nilai t tabel, maka H_0 ditolak pada tingkat signifikan 5% sehingga dan H_1 diterima, dapat diartikan bahwa variabel independent (Literasi keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, *Fear of Missing Out*) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Penggunaan *Paylater*.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8 Hasil Uji Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.636 ^a	.404	.385	4.167	.404	21.701	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan Koefisien Determinasi (R^2) diatas, diketahui bahwa R Square sebesar 0,404. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Literasi keuangan (X_1), Gaya Hidup Konsumtif (X_2), *Fear of Missing Out* (X_3) berpengaruh terhadap Penggunaan *Paylater* (Y) sebesar 40,4% dan 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, *Fear of Missing Out* (FOMO) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya" didapatkan simpulan

bahwa variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, *Fear of Missing Out (FOMO)* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Paylater* di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Paylater* di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Variabel Gaya Hidup Konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Paylater* di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Variabel *Fear of Missing Out (FOMO)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Paylater* di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, S. Y., & Raskadi, R. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup hedonis terhadap intensitas penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa penerima KIP-K di International Women University (IWU) Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Keuangan*, 10(1), 55-66. <https://doi.org/10.31004/jimk.v10i1.784>
- Katadata Insight Center. (2023). Tren penggunaan PayLater di kalangan generasi muda. *Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2020). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi*. Jakarta: OJK. <https://www.ojk.go.id>
- Priyadi, A., & Rinawati, I. (2023). Pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Digital*, 9(3), 75–89.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tempo.co. (2024). FOMO dan PayLater jadi hambatan utama mahasiswa menabung, ini penjelasan ekonom. *Tempo.co*. <https://bisnis.tempo.co/read/1882361/fomo-dan-paylater-jadi-hambatan-mahasiswa-menabung>
- Haiqal, M., Bintari, E., & Hidayah, S. (2023). Determinants of Paylater usage intention among students. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 33–45.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of financial management* (16th ed.). Cengage Learning.
- Mariyani, K., & Risanta, M. (2025). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan Shopee PayLater pada Generasi Z di Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 8(1), 33–47. <https://doi.org/10.36787/jmbd.v8i1.712>

- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2020). Financial literacy and retirement planning: New evidence from the Rand American Life Panel. *Journal of Pension Economics & Finance*, 19(1), 1–20.
<https://doi.org/10.1017/S1474747218000107>
- Putri, A. N., & Sari, M. D. (2023). Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup konsumtif dan perilaku keuangan mahasiswa di era digital. *Jurnal Komunikasi dan Ekonomi Kreatif*, 5(2), 112–124.
<https://doi.org/10.36787/jkek.v5i2.286>