

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PROPENSITY TO INDEBTEDNESS* PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DI JAKARTA

Jesslyn Mirabel Farrenlie<sup>1</sup>, Ary Satria Pamungkas<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: [jesslyn.115200086@stu.untar.ac.id](mailto:jesslyn.115200086@stu.untar.ac.id)

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta\*

Email: [aryp@fe.untar.ac.id](mailto:aryp@fe.untar.ac.id)

\*Penulis Korespondensi

Masuk: 23-01-2024, revisi: 23-02-2024, diterima untuk diterbitkan: 17-04-2024

## ABSTRAK

Metode pembayaran PayLater kini kian populer disebabkan karena banyaknya masyarakat yang mulai beralih dari penggunaan kartu kredit ke layanan PayLater dan hal ini didominasi oleh Generasi Z. Kemudahan pembayaran yang disediakan oleh banyak *e-commerce* ini memicu pengguna untuk semakin melakukan pembelian yang tidak bijak dan akhirnya terjebak dalam kredit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, *materialism*, *money value*, dan *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness*. Sampel yang diambil adalah 360 Generasi Z pengguna Shopee PayLater dan berdomisili di Jakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan metode analisis data PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh negatif *financial literacy* terhadap *propensity to indebtedness*, terdapat pengaruh positif *materialism* terhadap *propensity to indebtedness*, dan terdapat pengaruh positif *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness*. Namun, tidak terdapat pengaruh *money value* terhadap *propensity to indebtedness*.

**Kata Kunci:** literasi keuangan, materialisme, nilai uang, pembelian kompulsif, kecenderungan berutang

## ABSTRACT

*The PayLater payment method is becoming increasingly popular due to the fact that many people are starting to switch from using credit cards to PayLater services and this is dominated by Generation Z. The ease of payment provided by many e-commerce sites triggers users to increasingly make unwise purchases and eventually get stuck in credit. This study aims to determine the effect of financial literacy, materialism, money value, and compulsive buying on propensity to indebtedness. The samples taken was 360 Generation Z users of Shopee PayLater and domiciled in Jakarta. Data was collected through a questionnaire using a purposive sampling technique. The collected data was then processed using the PLS-SEM data analysis method. The results of this study indicate that there is a negative influence of financial literacy on propensity to indebtedness, there is a positive influence of materialism on propensity to indebtedness, and there is a positive influence of compulsive buying on propensity to indebtedness. However, there is no influence of money value on propensity to indebtedness.*

**Keywords:** *financial literacy, materialism, money value, compulsive buying, propensity to indebtedness*

## 1. PENDAHULUAN

### Latar belakang

Saat ini, banyak perusahaan *e-commerce* menawarkan pilihan pembayaran yang fleksibel disebut “PayLater”, dimana para pembeli dapat membeli barang tanpa membayarnya secara langsung dan kemudian membayarnya dengan opsi cicilan. Kemudahan serta penawaran-penawaran menarik dari perusahaan *e-commerce* dapat memicu pengguna untuk semakin melakukan pembelian yang tidak bijak dan akhirnya terjebak dalam kredit.

Riset terbaru dari Kredivo (2023) menunjukkan bahwa adanya peningkatan signifikan terhadap penggunaan PayLater di *e-commerce* dari 28,2% di tahun 2022 naik menjadi 45,9% di tahun

2023. Peningkatan *PayLater* ini juga disebabkan oleh peningkatan kredit di Indonesia khususnya di Provinsi DKI Jakarta. Menurut pernyataan dari Bank Indonesia (2023), pada triwulan IV 2022, Provinsi DKI Jakarta mengalami peningkatan kredit bank umum dengan angka 14,11% (yoy) dibandingkan periode yang sama di tahun 2021 yaitu 4,36% (yoy). Kredit konsumsi di Provinsi DKI Jakarta juga terus tumbuh di angka yang relatif tinggi yaitu 12,50% (yoy) pada triwulan IV 2022.

Salah satu penyedia layanan *PayLater* paling populer di Indonesia yaitu berasal dari perusahaan *e-commerce* bernama Shopee. Shopee *PayLater* berhasil menarik pengguna hingga 34,8% di tahun pertama perilisan dan terus meningkat sejauh 54,3% di tahun 2020 dan 78,4% di tahun 2021. Menurut riset mandiri dari Tirto (2022), pengguna Shopee *PayLater* juga menduduki peringkat teratas dengan angka sebesar 77,96% dan para responden setuju bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor utamanya.

Metode pembayaran *PayLater* kini kian populer juga disebabkan karena banyaknya masyarakat yang mulai beralih dari penggunaan kartu kredit ke layanan *PayLater* dan hal ini didominasi oleh Generasi Z. Menurut survei lembaga riset Katadata Insight Center (2021), kartu kredit hanya digunakan Gen Z sebanyak 7,6%, sedangkan *PayLater* digunakan hampir dua kali lipatnya, yaitu sebesar 13,8%.

Selain itu, riset dari Tirto.ID (2022) menunjukkan bahwa Gen Z memiliki tingkat kegagalan pembayaran *PayLater* sebesar 26,5%, melebihi Generasi X sebesar 19,72% dan Generasi Milenial sebesar 19,49%. Sedangkan menurut pernyataan dari Otoritas Jasa Keuangan (2023), kredit macet mayoritas berasal dari rentang usia 19-34 tahun sebesar 47% atau setara dengan Rp 763 miliar. Dari rentang usia ini, disimpulkan bahwa usia Gen Z mendominasi. Dalam penelitian sebelumnya, ada beberapa faktor yang dapat menjelaskan *propensity to indebtedness*, di antaranya adalah *financial literacy*, *materialism*, *money value*, dan *compulsive buying*.

### **Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap *propensity to indebtedness*?
- b. Apakah *materialism* berpengaruh terhadap *propensity to indebtedness*?
- c. Apakah *money value* berpengaruh terhadap *propensity to indebtedness*?
- d. Apakah *compulsive buying* berpengaruh terhadap *propensity to indebtedness*?

### **Kajian teori**

*Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah sebuah model berbasis *intentions* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dicetuskan oleh Ajzen dan Fishbein (1975). TPB merupakan teori yang digunakan untuk menjelaskan maksud seseorang dalam melakukan suatu perilaku. TPB memiliki 3 variabel independen yaitu *attitude toward the behavior* (sikap terhadap perilaku), *subjective norms* (norma subjektif), dan *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku).

### ***Financial literacy***

*Financial literacy* didefinisikan sebagai keterampilan dalam membaca, menganalisis, mengelola uang, serta berkomunikasi terkait alokasi sumber daya keuangan yang berdampak pada tingkat kesejahteraan, pengambilan keputusan ekonomi yang akurat, hingga penggunaan lembaga jasa keuangan yang baik (Jonathan & Setyawan, 2022).

### ***Materialism***

*Materialism* adalah gaya hidup individu dalam mengonsumsi barang atau layanan yang memiliki kualitas atau nilai tinggi, dimana individu tersebut menganggap bahwa gaya hidup tersebut merupakan faktor penting dalam mencapai kepuasan dan kesejahteraan hidup, serta menilai keberhasilan diri sendiri maupun orang lain berdasarkan jumlah dan kualitas harta (Wahono & Pertiwi, 2020).

### ***Money value***

*Money value* diartikan sebagai dasar penilaian seseorang terhadap uang yang dapat dikelompokkan sebagai status sosial, prestise, atau ketidaksetaraan sosial dan dominasi (Doosti & Karampour, 2017).

### ***Compulsive buying***

*Compulsive buying* adalah tindakan pengambilan keputusan pembelian dimana dorongan atau keinginan untuk membeli suatu kategori produk menjadi sangat kuat dan sulit untuk dikendalikan oleh emosi seseorang, serta hal ini dapat berkembang menjadi kebiasaan karena cenderung terjadi secara berulang-ulang sebagai upaya untuk mengatasi kebutuhan emosional yang negatif (Lestari & Kristiyanto, 2018).

### ***Propensity to indebtedness***

Perilaku yang muncul ketika seseorang mendapati dirinya mendapat kesempatan atau fasilitas untuk melakukan pinjaman atau utang. Perilaku ini dipergunakan untuk kepuasan pribadi dan menikmati hidup, tanpa mempertimbangkan secara serius cara untuk melunasi kewajiban utang tersebut (Davies & Lea, 1995).

### **Kaitan antara *financial literacy* terhadap *propensity to indebtedness***

Penelitian yang dilakukan oleh Potrich dan Vieira (2018), Patulak *et al.* (2020), Prashella dan Leon (2020), Wahono dan Pertiwi (2020), serta Mitta dan Pamungkas (2022) menyatakan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *propensity to indebtedness*. Seseorang dengan tingkat *financial literacy* yang baik memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan dan membuat prioritas pengeluaran, sehingga perilaku *propensity to indebtedness* dapat dihindari.

### **Kaitan antara *materialism* terhadap *propensity to indebtedness***

Penelitian oleh Flores dan Vieira (2014), Doosti dan Karampour (2017), Azma *et al.* (2018), Flores dan Bidarte (2019), Prashella dan Leon (2020), Wahono dan Pertiwi (2020), Patulak *et al.* (2020), dan juga penelitian yang dilakukan oleh Mitta dan Pamungkas (2022) menyatakan bahwa *materialism* memiliki pengaruh positif terhadap *propensity to indebtedness*. Seseorang dengan tingkat *materialism* yang tinggi cenderung menganggap bahwa kepemilikan aset materi adalah sumber kepuasan dan kebahagiaan yang sangat berpengaruh dalam kehidupan, sehingga meningkatkan perilaku *propensity to indebtedness*.

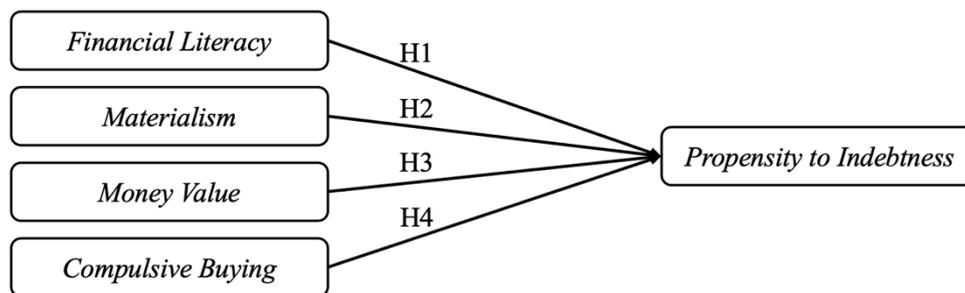
### **Kaitan antara *money value* terhadap *propensity to indebtedness***

Penelitian oleh Doosti dan Karampour (2017) serta penelitian oleh Minella, Bertosso, Pauli dan Corte (2017) menyatakan bahwa *money value* memiliki pengaruh positif terhadap *propensity to indebtedness*. Seseorang yang sangat memprioritaskan uang dan menganggapnya sebagai faktor positif seperti status sosial, akan cenderung memiliki tingkat konsumsi yang tinggi, sehingga lebih mungkin untuk memiliki perilaku *propensity to indebtedness*.

### Kaitan antara *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness*

Penelitian oleh Figueira dan Pereira (2014), Potrich *et al.* (2016), Potrich dan Vieira (2018), Wahono dan Pertiwi (2020), Prashella dan Leon (2020), serta penelitian oleh Zulkarnaen dan Ananda (2023) menyatakan bahwa *compulsive buying* memiliki pengaruh positif terhadap *propensity to indebtedness*. Seseorang dengan perilaku *compulsive buying* tinggi cenderung sulit mengendalikan diri dari dorongan untuk membeli barang dan jasa, bahkan ketika sumber dana tidak mencukupi. Situasi ini dapat mendorong seseorang untuk memilih opsi berutang sebagai cara untuk membiayai pembelian tersebut.

Berdasarkan kaitan antar variabel dan referensi dari berbagai penelitian di atas, berikut model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Model penelitian

Berdasarkan model penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1, maka hipotesis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh negatif *financial literacy* terhadap *propensity to indebtedness*.
- H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh positif *materialism* terhadap *propensity to indebtedness*.
- H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh positif *money value* terhadap *propensity to indebtedness*.
- H<sub>4</sub>: Terdapat pengaruh positif *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness*.

## 2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z pengguna Shopee PayLater yang berdomisili di Jakarta. Selain itu, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, khususnya teknik *purposive sampling*. Teknik ini melibatkan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan yang telah ditetapkan, dengan merujuk pada kriteria tertentu yang dianggap relevan untuk penelitian ini.

Selanjutnya, jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 360 responden yang merupakan Generasi Z pengguna Shopee PayLater yang berdomisili di Jakarta. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Proses analisis data didukung oleh perangkat lunak (*software*) *SmartPLS 4.0.9.6*.

Variabel yang dikaji pada penelitian ini terdiri dari *financial literacy*, *materialism*, *money value*, dan *compulsive buying* sebagai variabel independen, serta *propensity to indebtedness* sebagai variabel dependen. Indikator variabel yang digunakan mengacu dari penelitian-penelitian terdahulu yang diukur menggunakan skala *likert* poin 1-5, poin 1 dinyatakan sebagai Sangat Tidak Setuju (1) dan poin 5 dinyatakan sebagai Sangat Setuju (5). Indikator tersebut ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi variabel

Variabel	Indikator	Sumber
<i>Financial Literacy</i>	1. Saya menabung setiap bulan.	Flores dan Vieira (2014)
	2. Saya mencatat dan mengontrol semua pengeluaran pribadi.	
	3. Saya memiliki cadangan keuangan yang dapat digunakan untuk hal yang tidak terduga.	
	4. Saya merasa puas dengan sistem saya dalam mengontrol keuangan.	
	5. Saya menganalisis keuangan pribadi sebelum melakukan pembelian dalam jumlah yang besar.	
	6. Saya menetapkan tujuan keuangan yang mempengaruhi pengelolaan keuangan.	
<i>Materialism</i>	1. Saya suka mengeluarkan uang untuk membeli barang mahal.	Flores dan Bidarte (2019)
	2. Saya akan lebih bahagia jika saya dapat membeli lebih banyak barang.	
	3. Saya mengagumi orang yang memiliki rumah, mobil, dan pakaian mahal.	
	4. Saya suka memiliki barang-barang yang membuat orang lain terkesan.	
	5. Saya merasa terganggu ketika saya tidak dapat membeli apapun yang saya inginkan.	
	6. Hidup saya akan jauh lebih baik apabila saya memiliki barang yang saat ini belum saya miliki.	
<i>Money Value</i>	1. Uang membantu saya untuk merasa bahagia.	Flores dan Vieira (2014)
	2. Uang dapat membuat dunia menjadi lebih baik.	
	3. Uang dapat memberikan kemudahan.	
	4. Mereka yang memiliki uang lebih dihargai secara sosial.	
	5. Orang yang memiliki uang juga memiliki kuasa atas orang lain.	
<i>Compulsive Buying</i>	1. Saya membeli sesuatu dan ketika sampai di rumah, saya merasa tidak yakin mengapa saya membelinya.	Leite <i>et al.</i> (2011)
	2. Saya merasa orang lain akan terkejut jika mengetahui kebiasaan belanja saya.	
	3. Saya merasa belanja adalah aktivitas yang menyenangkan.	
	4. Saya hanya ingin membeli barang dan tidak peduli dengan barang apa yang saya beli.	
<i>Propensity to Indebtedness</i>	1. Merupakan ide yang bagus untuk memiliki sesuatu sekarang dan membayarnya nanti.	Doosti dan Karampour (2017), Potrich dan Vieira (2018)
	2. Mengambil pinjaman adalah hal yang baik karena memungkinkan saya untuk menikmati hidup.	
	3. Tidak masalah untuk memiliki utang jika saya tahu saya dapat membayarnya.	
	4. Saya lebih suka membeli dengan cicilan daripada menunggu mengumpulkan uang untuk membeli secara tunai.	
	5. Kredit merupakan bagian penting dari gaya hidup saat ini.	

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil analisis validitas dan reliabilitas

Validitas dalam *outer model* diuji atau diperiksa dengan *convergent validity* dan *discriminant validity*. Indikator dalam penelitian ini dianggap memenuhi syarat *convergent validity* yang baik apabila memiliki nilai *loading factor* di atas 0,5. Selain itu, variabel juga dinyatakan valid jika nilai *Average Variance Extracted* (AVE) berada di atas 0,5 (Ghozali, 2021). Hasil pengujian tersebut ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil analisis *Average Variance Extracted*

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i>
<i>Compulsive Buying</i>	0,556
<i>Financial Literacy</i>	0,610
<i>Materialism</i>	0,506
<i>Money Value</i>	0,535
<i>Propensity to Indebtedness</i>	0,642

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Apabila nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,70 dan nilai *composite reliability* lebih dari 0,70, maka semua konstruk dianggap reliabel (Ghozali, 2021).

Tabel 3. Hasil analisis *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Compulsive Buying</i>	0,730	0,830
<i>Financial Literacy</i>	0,880	0,903
<i>Materialism</i>	0,804	0,859
<i>Money Value</i>	0,804	0,850
<i>Propensity to Indebtedness</i>	0,860	0,899

### Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (*R-square*), dapat disimpulkan bahwa sebesar 33,9% dari variasi pada variabel *propensity to indebtedness* dapat dijelaskan oleh variabel-variabel seperti *financial literacy*, *materialism*, *money value*, dan *compulsive buying*. Sementara itu, sisanya sebesar 66,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

### Hasil *effect size* ( $f^2$ )

Berdasarkan hasil pengujian *effect size* ( $f^2$ ), *financial literacy* memiliki nilai *effect size* sebesar 0,020, *materialism* sebesar 0,049, *money value* sebesar 0,000, dan *compulsive buying* sebesar 0,109. Dapat disimpulkan bahwa terdapat efek yang kecil dari *financial literacy*, *materialism*, dan *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness* karena memiliki nilai di atas 0,02. Hasil  $f^2$  juga menyatakan bahwa tidak ada efek dari *money value* terhadap *propensity to indebtedness* karena memiliki nilai di bawah 0,02.

### Hasil *predictive relevance* ( $Q^2$ )

Berdasarkan hasil pengujian  $Q^2$ , nilai ( $Q^2$ ) sebesar 0,317 menunjukkan adanya *predictive relevance*. Dapat disimpulkan bahwa konstruk variabel dalam penelitian ini secara efektif dapat memprediksi model penelitian karena  $Q^2$  bernilai lebih dari 0.

### Hasil *Goodness of Fit* (GoF)

Berdasarkan hasil perhitungan *Goodness of Fit* (GoF), penelitian ini memiliki nilai GoF sebesar 0,4395, mengindikasikan bahwa model dalam penelitian ini memiliki kesesuaian dan kecocokan yang baik, serta tergolong dalam kategori besar.

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times \overline{R^2}} = \sqrt{0,5698 \times 0,339} = 0,4395$$

### Hasil uji hipotesis

Berdasarkan Tabel 4, *financial literacy* memiliki hubungan negatif dengan *propensity to indebtedness* dengan nilai sebesar -0,120, sedangkan *materialism*, *money value*, dan *compulsive buying* memiliki hubungan positif dengan *propensity to indebtedness* dengan nilai sebesar 0,242 untuk *materialism*, 0,003 untuk *money value*, dan 0,350 untuk *compulsive buying*.

Tabel 4. Hasil pengujian *bootstrapping*

Variabel	<i>Original Sample</i>	<i>t-statistics</i>	<i>p-values</i>
<i>Financial Literacy</i> → <i>Propensity to Indebtedness</i>	-0,120	3,074	0,002
<i>Materialism</i> → <i>Propensity to Indebtedness</i>	0,242	3,936	0,000
<i>Money Value</i> → <i>Propensity to Indebtedness</i>	0,003	0,070	0,944
<i>Compulsive Buying</i> → <i>Propensity to Indebtedness</i>	0,350	5,730	0,000

## Pembahasan

Pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* memiliki nilai *t-statistic* sebesar 3,074 dan *p-value* sebesar 0,002, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh negatif terhadap *propensity to indebtedness* karena uji hipotesis pertama (H1) tidak ditolak atau diterima. Seseorang dengan tingkat *financial literacy* yang rendah cenderung lebih mudah dalam mengambil produk-produk utang yang ditawarkan di pasar seperti Shopee Paylater karena kurangnya pemahaman mengenai risiko dan konsekuensi finansial. Di sisi lain, seseorang dengan tingkat *financial literacy* yang tinggi mungkin lebih berhati-hati dalam menerima produk utang yang ditawarkan di pasar. Hal ini disebabkan karena adanya kemampuan untuk menilai situasi keuangan dengan matang dan membuat keputusan yang didasarkan pada pengetahuan finansial yang kuat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Potrich dan Vieira (2018), Patulak *et al.* (2020), Prashella dan Leon (2020), Wahono dan Pertiwi (2020), dan juga penelitian dari Mitta dan Pamungkas (2022) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh negatif *financial literacy* terhadap *propensity to indebtedness*.

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa variabel *materialism* memiliki nilai *t-statistic* sebesar 3,936 dan *p-value* sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa *materialism* memiliki pengaruh positif terhadap *propensity to indebtedness* karena uji hipotesis kedua (H2) tidak ditolak atau diterima. Seseorang dengan tingkat *materialism* tinggi akan menganggap utang sebagai sarana untuk memenuhi keinginan materialistis atau gaya hidup mewah, sehingga meningkatkan hasrat untuk melakukan perilaku *propensity to indebtedness*. Sedangkan seseorang dengan tingkat *materialism* rendah mungkin memandang bahwa memperlihatkan kehidupan mewah bukanlah suatu perilaku yang etis meskipun mereka mengagumi barang-barang mewah tersebut, dan memiliki prioritas keuangan berbeda seperti pengambilan investasi dibandingkan membeli barang-barang mewah. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan sebelumnya yang dilakukan oleh Flores dan Vieira (2014), Doosti dan Karampour (2017), Azma *et al.* (2018), Flores dan Bidarte (2019), Prashella dan Leon (2020), Wahono dan Pertiwi (2020), Patulak *et al.* (2020), dan juga penelitian yang dilakukan oleh Mitta dan Pamungkas (2022) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif *materialism* terhadap *propensity to indebtedness*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H3), dinyatakan bahwa *money value* nilai *t-statistic* sebesar 0,070 dan nilai *p-value* sebesar 0,944 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) ditolak atau tidak diterima. Berdasarkan pengujian hipotesis tersebut juga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh *money value* terhadap *propensity to indebtedness*. Hal ini mungkin terjadi karena seseorang yang menghargai nilai uang cenderung memiliki kendali atas keuangannya, tidak memanfaatkannya sebagai simbol kekuasaan atau status sosial, dan lebih memilih menggunakan uang secara terencana serta menabung untuk menghindari utang, sehingga terhindar dari perilaku *propensity to indebtedness*. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Doosti dan Karampour (2017) dan penelitian oleh Minella, Bertosso, Pauli dan Corte (2017), yaitu *money value* berpengaruh positif terhadap *propensity to indebtedness*. Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Okicic *et al.* (2020) dan juga Mitta dan Pamungkas (2022) yang menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh *money value* terhadap *propensity to indebtedness*.

Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) menunjukkan hasil yaitu variabel *compulsive buying* memiliki nilai *t-statistic* sebesar 5,730 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Melihat hasil tersebut maka terbukti bahwa *compulsive buying* memiliki pengaruh positif terhadap *propensity to indebtedness*, sehingga hipotesis keempat (H4) tidak ditolak atau diterima. Individu dengan

tingkat *compulsive buying* yang tinggi cenderung kesulitan mengendalikan diri saat tergoda oleh barang atau jasa yang diinginkan. Individu tersebut seringkali membeli barang yang tidak dibutuhkan secara berulang tanpa mempertimbangkan konsekuensinya, dan seringkali melakukan pembelian di luar kemampuan daya beli, yang pada gilirannya akan meningkatkan perilaku *propensity to indebtedness*. Sedangkan individu dengan tingkat *compulsive buying* yang rendah biasanya memiliki perencanaan yang matang sebelum membeli suatu barang dan berusaha memahami kapasitas pribadi untuk tidak melakukan pembelian berulang di luar kemampuan daya beli, sehingga dapat menghindari perilaku *propensity to indebtedness*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Figueira dan Pereira (2014), Potrich *et al.* (2016), Potrich dan Vieira (2018), Wahono dan Pertiwi (2020), serta penelitian oleh Prashella dan Leon (2020) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness*.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah uraikan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif *financial literacy* terhadap *propensity to indebtedness*, terdapat pengaruh positif *materialism* terhadap *propensity to indebtedness*, dan terdapat pengaruh positif *compulsive buying* terhadap *propensity to indebtedness*. Namun, tidak terdapat pengaruh *money value* terhadap *propensity to indebtedness*.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat menambahkan variabel independen lain seperti variabel *risk perception*, *risk behavior*, *emotion*, *financial behavior*, dan *overconfidence*. Selain itu, peneliti juga dapat menambahkan variabel moderasi seperti *age*, *gender*, *marital status*, dan *educational level* untuk menjelaskan variabel *propensity to indebtedness*. Disarankan juga untuk memperluas jangkauan responden berdasarkan wilayah agar hasilnya dapat memberikan pemahaman yang lebih baik terkait variabel *propensity to indebtedness* pada cakupan wilayah yang baru. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian pada pengguna aplikasi pinjaman *online* lainnya seperti Gopay PayLater, Kredivo PayLater, Lazada PayLater, dan sebagainya guna memperkaya pemahaman terhadap perilaku *propensity to indebtedness* di kalangan pengguna aplikasi pinjaman *online* dari *platform-platform* yang berbeda.

Bagi masyarakat khususnya Generasi Z, disarankan agar dapat menetapkan tujuan keuangan dengan jelas. Hal ini dapat diwujudkan dengan membaca buku keuangan atau menonton video edukasi keuangan di sosial media untuk meningkatkan literasi keuangan pribadi. Selain itu, penggunaan aplikasi keuangan juga dapat membantu masyarakat dalam memonitor kemajuan menuju tujuan keuangan. Melalui upaya ini, diharapkan masyarakat dapat memiliki tingkat *propensity to indebtedness* yang rendah. Lalu masyarakat juga disarankan agar dapat memiliki pandangan bahwa kepemilikan materi bukanlah satu-satunya ukuran keberhasilan atau kebahagiaan, karena hidup akan tetap baik tanpa harus memiliki barang yang saat ini belum dimiliki. Dukungan dari pemuka agama yang menekankan nilai-nilai spiritual di atas benda materi dapat membantu membentuk pandangan ini. Selain itu, kurikulum pendidikan juga dapat membentuk karakter pribadi menjadi lebih baik, mengajarkan bahwa kehidupan yang baik tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan barang-barang tertentu. Melalui upaya tersebut, diharapkan masyarakat dapat terhindar dari perilaku *propensity to indebtedness*. Kemudian masyarakat juga disarankan agar dapat melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan daripada keinginan semata. Penting untuk melakukan perencanaan keuangan yang matang dan menganalisis kemampuan daya beli pribadi sebelum melakukan pembelian. Hal ini bertujuan agar masyarakat terhindar dari pembelian berulang yang tidak dibutuhkan, sehingga dapat menghindari perilaku *propensity to indebtedness*.

### Ucapan terima kasih

Banyak terima kasih saya khususkan kepada Bapak Ary Satria Pamungkas, S. E., M. M. atas waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, ilmu, dan masukan yang berharga dari awal hingga akhir penelitian. Selain itu, saya juga berterima kasih kepada seluruh keluarga, teman-teman, dan responden yang telah bersedia membantu saya selama proses penelitian ini.

### REFERENSI

- 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)
- Azma, N., Rahman, M., Adeyemi, A. A., & Rahman, M. K. (2019). Propensity toward Indebtedness: Evidence from Malaysia. *Review of Behavioral Finance*, 11(2), 188–200. <https://doi.org/10.1108/RBF-05-2017-0046>
- Bank Indonesia. (2023). Laporan Perekonomian Provinsi DKI Jakarta Februari 2023. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laoran-Perekonomian-Provinsi-DKI-Jakarta-Februari-2023.aspx>
- Doosti, B. A., & Karampour, A. K. (2017). The Impact of Behavioral Factors on Propensity Toward Indebtedness. *Journal of Advances in Computer Engineering and Technology*, 3(3), 145–152. <https://doaj.org/article/7f457bc05f604a5c85553018bb213bf8>
- Figueira, R. F., & Pereira, R. de C. D. F. (2014). Devo, não Nego, Pago Quando Puder: Uma Análise dos Antecedentes do Endividamento do Consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(5), 124–138. <https://doi.org/10.5585/remark.v13i5.2744>
- Flores, S. A. M., & Bidarte, M. V. D. (2019). Style Consumption and Propensity to Indebtedness Evidence on the Peace Border. *Revista de Administração Da UFSM*, 12(1), 142–158. <http://dx.doi.org/10.5902/1983465917740>
- Flores, S. A. M., & Vieira, K. M. (2014). Propensity toward indebtedness: An analysis using behavioral factors. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 3, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2014.05.001>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanto, A. Y. (2022, Oktober 28). Apakah Gen Z Terlalu Boros dalam Menggunakan Paylater? *Tirto.Id*. <https://tirto.id/apakah-gen-z-terlalu-boros-dalam-menggunakan-paylater-gxPn>
- Hartanto, A. Y. (2022, November 2). Riset: Mayoritas Menggunakan Paylater 2-5 Kali per Bulan. *Tirto.Id*. <https://tirto.id/riset-mayoritas-menggunakan-paylater-2-5-kali-per-bulan-gx1L>
- Jonathan, N. & Setyawan, I. R. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Inclusion dan Financial Behaviour terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(4), 891-898. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20540>
- Lavinda. (2023, Juni 14). Riset KIC dan Kredivo: Paylater Jadi Pembayaran Favorit di e-Commerce. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/lavinda/digital/6489b589ca8cf/riset-kic-dan-kredivo-paylater-jadi-pembayaran-favorit-di-e-commerce>
- Leite, P. L., Rangé, B. P., Ribas Junior, R. de C., Filomensky, T. Z., & Silva, A. C. de O. e. (2011). Tradução e adaptação semântica da Compulsive Buying Scale para o português brasileiro. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 60(3), 176–181. <https://doi.org/10.1590/S0047-20852011000300005>
- Lestari A, A., & Kristiyanto, D. (2018). Pengaruh Orientasi Fashion, Money Attitude dan Self-Esteem terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada Remaja (Studi pada Konsumen Produk Telepon Selular di Surabaya). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 4(2), 128. <https://doi.org/10.26740/bisma.v4n2.p128-144>

- Minella, J. M., Bertosso, H., Pauli, J., & Corte, V. F. D. (2017). A Influência do Materialismo, Educação Financeira e Valor Atribuído ao Dinheiro na Propensão ao Endividamento de Jovens. *Gestão & Planejamento*, 18, 182–201. <https://doi.org/10.21714/2178-8030gep.v18.4257>
- Mitta, D. & Pamungkas, A. S. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Materialism, Risk Perception, dan Money Value terhadap Propensity to Indebtedness. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(2), 339–347. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18229>
- Muhamad, N. (2023, August 23). Gen Z dan Milenial Jadi Penyumbang Kredit Macet Pinjol Terbesar pada Juni 2023. <http://bit.ly/3vrhUnS>
- Okicic, J., Jukan, M. K., Kakeš, D., & Herić, M. (2020). The Impact of Behavioral Factors on Propensity toward Indebtedness among Youth: A Structural Equation Modelling Approach. <https://www.researchgate.net/publication/344336962>
- Patulak, L. E., Sarita, B., & Hamid, W. (2020). Pengaruh Emosi, Materialisme, Literasi Keuangan, Persepsi Resiko, dan Pengalaman Keuangan terhadap Propensity to Indebtedness (Studi pada Nasabah Kredit Plus Kendari. *JUMBO (Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi)*, 4(3), 31–42. <http://dx.doi.org/10.33772/jumbo.v4i3.16357>
- Potrich, A. C. G., Kelmara, M. V., & Filho, R. B. (2016). Modelando a propensão ao endividamento: os fatores comportamentais e socioeconômicos são determinantes? *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 24(2). <https://doi.org/10.18359/rfce.2214>
- Potrich, A. C. G., & Vieira, K. M. (2018). Demystifying financial literacy: a behavioral perspective analysis. *Management Research Review*, 41(9), 1047–1068. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2017-0263>
- Prashella, D. A., & Leon, F. M. (2020). Financial Literacy in Millenials Generation in Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Management, Accounting, and Economy (ICMAE 2020)*, 151, 322–325. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200915.072>
- Setyowati, D. (2022, Januari 13). Survei KIC: Gen Z dan Milenial Pakai Paylater untuk Belanja Busana. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/61e0ecf4b1b96/survei-kic-gen-z-dan-milenial-pakai-paylater-untuk-belanja-busana>
- Wahono, H. K., & Pertiwi, D. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Materialism, Compulsive Buying Terhadap Propensity to Indebtedness. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/ijfis.1.1.1-14>