
ANTESEDEN DARI *RISKY INDEBTEDNESS BEHAVIOUR* KETIKA MENGUNAKAN *PAYLATER*

David Panta Palado

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Trisakti
davidshbg4@gmail.com | 122012201027@std.trisakti.ac.id (*corresponding author*)

Kurniawati

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Trisakti
kurniawati@trisakti.ac.id

Masuk: 15-07-2024, revisi: 21-08-2024, diterima untuk diterbitkan: 29-08-2024

Abstract: This study aims to analyze the impact of materialism and consumer spending self-control on the use of Buy Now Pay Later (BNPL) services, as well as their effects on compulsive buying behavior and risky indebtedness behavior. The ultimate goal of this research is to find ways to reduce the rate of non-performing loans. The study employs a cross-sectional research design with a hypothesis testing approach, where data is collected from individuals who have been actively using BNPL for at least six months. The research findings indicate that materialism has a positive influence on BNPL use, while consumer spending self-control has a negative impact on BNPL use. Additionally, BNPL usage positively affects compulsive buying and risky indebtedness behavior. The study also finds that both materialism and consumer spending self-control are mediated by BNPL use in their influence on compulsive buying. The contributions and managerial implications of this research are significant for companies providing BNPL services. The findings suggest that these companies should develop features and implement usage restriction measures to prevent BNPL users from falling into behaviors that could lead to non-performing loans. Consequently, these measures are expected to improve users' psychological well-being and reduce the growth of non-performing loans on a national scale. This research provides guidance for companies in designing strategies aimed at mitigating the risks associated with uncontrolled BNPL usage, thereby fostering a healthier financial environment for consumers.

Keywords: BNPL use, materialism, consumer spending self-control, compulsive buying, risky indebtedness behaviour.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *materialism* dan *consumer spending self-control* terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later (BNPL use)*, serta dampaknya terhadap perilaku *compulsive buying* dan *risky indebtedness behaviour*. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk menemukan cara menurunkan angka kredit macet. Penelitian ini menggunakan desain penelitian *cross-sectional* dengan pendekatan *hypothesis testing*, di mana data dikumpulkan dari individu yang secara aktif menggunakan BNPL selama minimal enam bulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *materialism* memiliki pengaruh positif terhadap *BNPL use* dan *consumer spending self-control* berpengaruh negatif terhadap *BNPL use*. Selain itu, penggunaan BNPL juga memiliki pengaruh positif terhadap *compulsive buying* dan *risky indebtedness behaviour*. Penelitian ini juga menemukan bahwa baik *materialism* maupun *consumer spending self-control* dimediasi oleh *BNPL use* dalam pengaruhnya dengan *compulsive buying*. Kontribusi dan implikasi manajerial dari penelitian ini penting bagi perusahaan penyedia layanan BNPL. Hasil penelitian ini menyarankan agar perusahaan mengembangkan *features* dan langkah-langkah pembatasan penggunaan BNPL. Tujuannya adalah agar pengguna BNPL tidak terjerumus ke dalam perilaku yang dapat menyebabkan kredit macet. Dengan demikian, langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kondisi psikologis pengguna dan mengurangi pertumbuhan kredit macet secara

nasional. Penelitian ini memberikan panduan bagi perusahaan dalam merancang strategi yang bertujuan untuk mengurangi risiko yang terkait dengan perilaku penggunaan BNPL yang tidak terkendali, sehingga dapat menciptakan lingkungan keuangan yang lebih sehat bagi konsumen. **Kata Kunci:** *BNPL use, materialism, consumer spending self-control, compulsive buying, risky indebtedness behaviour.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemajuan teknologi finansial sangat pesat. Salah satu teknologi finansial yang berkembang pesat khususnya dalam peminjaman adalah layanan BNPL (*Buy Now Pay Later*). BNPL memberikan manfaat kepada konsumen untuk menunda pembayaran melalui cicilan atas pembelian barang/jasa, kemudahan akses, dan penggunaan yang mudah (Anam, 2022). Peningkatan jumlah pengguna dan volume kontrak (pinjaman yang terjadi) terjadi karena manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Pada tahun 2022, 13.249.920 pengguna telah menggunakan BNPL, meningkat menjadi 13.400.000 pada tahun 2023. Peningkatan terjadi 1.12% sepanjang tahun 2022 sampai 2023.

Peningkatan jumlah pengguna dan volume kontrak pinjaman layanan BNPL yang tidak diikuti dengan peningkatan tanggung jawab pembayaran yang tepat waktu. Rasio kenaikan terjadi sebesar 7,61% di 2022 menjadi 8,5% di 2023 (Hadi, 2023), sedangkan batas normal hanya diangka 5% (Aprilia, 2023). Tahun 2022, total volume pinjaman adalah 17,667 triliun dengan NPL sebesar 1,343 triliun (Anggrane, 2023). Meningkat tahun 2023, volume pinjaman menjadi 25,160 triliun dengan NPL sebesar 2,150 triliun (Wood, 2023).

OJK sudah memberikan solusi preventif untuk menekan pertumbuhan NPL pada BNPL. OJK telah mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 10/POJK.05/2022 untuk mengatur lebih lanjut industri keuangan, khususnya BNPL. Namun, strategi yang dilakukan oleh OJK kurang signifikan menurunkan angka NPL.

Tingginya angka NPL ini memberikan dampak negatif terhadap BNPL di Indonesia seperti pertumbuhan perusahaan yang terhambat karena defisit antara biaya operasional yang terus meningkat tetapi diikuti penurunan profit akibat pokok kredit dan bunga tidak dibayar oleh pengguna (Destya, 2023; Respati & Ika, 2024). Dampak negatif yang lebih parah yaitu kebangkrutan dialami oleh salah satu BNPL di Australia, yaitu *Afterpay*. *Afterpay* mengalami kebangkrutan karena NPL yang sangat tinggi karena tidak bisa menutup biaya operasional (Cutcher & Neale, 2022; Ratanathamwat, 2023). Hal ini tentu menjadi peringatan oleh perusahaan BNPL di Indonesia untuk mengungkap perilaku pengguna yang sering mengalami kredit macet agar tidak mengalami kebangkrutan.

Materialism merupakan konsep penting dalam studi perilaku konsumen karena menekankan nilai material sebagai kunci kebahagiaan. Karena dapat memengaruhi berbagai aspek perilaku konsumen, seperti keputusan pembelian dan penggunaan produk, faktor ini dapat diteliti pada penggunaan BNPL (Aina & Chalid, 2023; Šeinauskienė et al., 2021; Yaman & Özkoç, 2023).

Konsumen dengan pengendalian pengeluaran yang baik lebih bijaksana dalam mengambil keputusan keuangan dan terhindar dari masalah finansial/utang. *Consumer spending self-control* diharapkan meningkatkan kontrol terhadap pinjaman khususnya BNPL yang bertanggung jawab agar terhindar dari konsekuensi negatif bagi kesejahteraan finansial dan emosional (Mohd Dali et al., 2023; Raj et al., 2023; Schomburgk & Hoffmann, 2023).

BNPL use merupakan layanan pembiayaan jangka pendek yang populer, terutama di kalangan konsumen muda. BNPL use membantu memahami pola belanja dan perilaku keuangan konsumen, termasuk kecenderungan mengelola utang dan potensi kerentanan terhadap risiko keuangan. Oleh karena itu, BNPL use juga dapat diteliti karena akan mendorong perilaku hutang berisiko dan pembelian kompulsif (Cornelli et al., 2023; Lupşa-Tătaru et al., 2023; Raj et al., 2023).

Compulsive buying merupakan perilaku berbelanja yang tidak terkendali dan dapat berakibat serius, seperti hutang, gangguan emosional, dan risiko kesehatan. Perilaku compulsive buying penting untuk memahami penggunaan BNPL (Kumar & Nayak, 2024; Nanda et al., 2023; Owusu et al., 2023).

Risky indebtedness behaviour adalah perilaku utang berulang yang berbahaya karena pengeluaran melebihi kemampuan finansial. Hal ini dapat menyebabkan penggunaan sumber keuangan yang tidak stabil dan hutang berlebihan, berpotensi merugikan kesejahteraan finansial jangka panjang. Oleh karena itu faktor ini penting untuk diteliti dalam penggunaan BNPL (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2020; Rahmat et al., 2020).

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis *materialism* memberikan pengaruh positif terhadap BNPL use.
2. Menganalisis *consumer spending self-control* memberikan pengaruh negatif terhadap BNPL use.
3. Menganalisis *materialism* memberikan pengaruh positif terhadap *compulsive buying*.
4. Menganalisis *consumer spending self-control* memberikan pengaruh negatif terhadap *compulsive buying*.
5. Menganalisis BNPL use memberikan pengaruh positif terhadap *compulsive buying*.
6. Menganalisis BNPL use memberikan pengaruh positif terhadap *risky indebtedness behaviour*.
7. Menganalisis *compulsive buying* memberikan pengaruh positif terhadap *risky indebtedness behaviour*.
8. Menganalisis BNPL use memberikan pengaruh mediasi antara *materialism* dan *compulsive buying*.
9. Menganalisis BNPL use memberikan pengaruh mediasi antara *consumer spending self-control* dan *compulsive buying*.
10. Menganalisis *compulsive buying* memberikan pengaruh mediasi antara BNPL use dan *risky indebtedness behaviour*.

TINJAUAN PUSTAKA

BNPL Use

BNPL Use (Buy Now, Pay Later) adalah layanan yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa sekarang dan membayar nanti dengan cicilan yang lebih kecil. Penggunaan BNPL dapat memberikan fleksibilitas pembayaran bagi pengguna dengan manajemen kredit yang baik, tetapi bagi mereka yang memiliki kredit macet, BNPL dapat memperburuk tekanan keuangan dan ketidakstabilan finansial (Boxell, 2021; Guttman-Kenney et al., 2023; Hegawan et al., 2023; Raj et al., 2023).

Materialism

Materialism adalah keyakinan yang menekankan pentingnya harta benda dalam kehidupan seseorang, dengan fokus pada mengumpulkan barang-barang materi sebagai ukuran keberhasilan dan kebahagiaan (Tuominen et al., 2023).

Consumer Spending Self-Control (CSSC)

Consumer Spending Self-Control (CSSC) adalah kemampuan individu untuk mengawasi dan mengatur keputusan belanja mereka sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, membantu menahan godaan dan dorongan berbelanja demi mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Mengetahui peran CSSC dapat membantu mengembangkan intervensi yang meningkatkan pengendalian diri dalam pengeluaran dengan harapan dapat meningkatkan kesehatan finansial secara keseluruhan (Haws et al., 2016; Ponchio et al., 2019).

Compulsive buying

Compulsive *buying* adalah pola pembelian yang konsisten, berulang, dan tidak terkendali yang dipicu oleh peristiwa atau emosi negatif yang mengakibatkan hasil yang merugikan bagi individu (Billore & Anisimova, 2021; Unger et al., 2018).

Risky Indebtedness Behaviour (RIB)

Risky indebtedness behaviour diartikan sebagai kecenderungan untuk sering terlibat dalam hutang yang berbahaya karena pengeluaran melebihi kemampuan bayar. Perilaku ini dapat mencakup penggunaan kredit secara maksimal dan kesulitan dalam membayar tagihan kredit secara penuh setiap bulannya (Abrantes-Braga & Veludo-de-Oliveira, 2019; Rahman et al., 2020).

Materialism memberikan pengaruh positif terhadap BNPL use

Individu yang materialistis cenderung untuk memenuhi keinginan konsumsi untuk membeli barang yang mahal. Kecenderungan materialistis dapat mendorong adopsi layanan BNPL karena keinginan untuk mendapatkan barang-barang berharga yang memberikan keyakinan akan membawa kebahagiaan atau mempertahankan status sosial (Desikan V, 2023; Raj et al., 2023; Tkacová et al., 2022).

H1. *Materialism* memberikan pengaruh positif terhadap BNPL use.

Consumer Spending Self-Control memiliki pengaruh negatif terhadap penggunaan BNPL use.

Consumer spending self-control mengacu pada kemampuan seseorang untuk mengontrol pikiran, emosi, dorongan, dan perilakunya saat mengambil keputusan keuangan. Ketika dihadapkan dengan kemudahan akses BNPL, consumer dengan *self control* tinggi maka akan tidak dan mengurangi menggunakan layanan BNPL mengingat standar finansial jangka panjang (Byegon, 2020; du Plessis et al., 2024; Nada Fauziah et al., 2023; Puteri et al., 2022).

H2. *Consumer Spending Self-Control* memiliki pengaruh negatif terhadap penggunaan BNPL use.

Materialism memberikan pengaruh positif terhadap compulsive buying,

Individu yang materialistis cenderung lebih fokus pada keinginan untuk memiliki barang-barang material atau status simbolis yang dianggap penting. Karena dorongan untuk memperoleh barang-barang tersebut sangat kuat, individu yang materialistis lebih rentan terlibat dalam perilaku pembelian kompulsif untuk memuaskan keinginan mereka akan barang-barang. (Ling et al., 2023; Šeinauskienė et al., 2021; Tantawi, 2023; Yaman & Özkoç, 2023).

H3. *Materialism* memberikan pengaruh positif terhadap *compulsive buying*,

Consumer spending self-control memberikan pengaruh negatif terhadap compulsive buying.

Individu dengan tingkat kontrol diri tinggi cenderung memiliki perilaku pembelian kompulsif yang lebih rendah. Kontrol diri yang tinggi membantu individu dalam mengelola emosi dengan baik dan menemukan cara yang sehat untuk mengatasi stres, bukan dengan menggunakan belanja sebagai pelarian.

H4. *Consumer spending self-control* memberikan pengaruh negatif terhadap *compulsive buying*,

BNPL use memberikan pengaruh positif terhadap compulsive buying.

BNPL memberikan kenyamanan dan kemudahan akses terhadap kredit, hal ini dapat meningkatkan perilaku pembelian kompulsif tanpa pertimbangan yang bertanggung jawab (Mukhtar et al., 2023; Raj et al., 2023; Susanto et al., 2021).

H5. *BNPL use* memberikan pengaruh positif terhadap *compulsive buying*.

BNPL use memberikan pengaruh positif terhadap risky indebtedness behaviour.

Penggunaan BNPL yang berlebihan dapat merugikan kesejahteraan konsumen dengan menimbulkan kesulitan dalam mengelola uang dan mengancam keamanan finansial di masa mendatang. Adopsi BNPL dapat berdampak pada perilaku keuangan berisiko, terutama terkait dengan pembelian impulsif dan peningkatan risiko utang (Kumar & Nayak, 2024; Raj et al., 2023; Schomburgk & Hoffmann, 2023).

H6. BNPL use memberikan pengaruh positif terhadap risky indebtedness behaviour.

Compulsive buying memberikan pengaruh positif terhadap pada risky indebtedness behaviour.

Compulsive buying cenderung memiliki perilaku keuangan yang riskan, seperti memiliki saldo kartu kredit tinggi, menggunakan kartu kredit secara maksimal, dan hanya membayar jumlah minimum setiap bulan. Perilaku *compulsive buying* dalam mengendalikan dorongan pembelian, yang mengakibatkan pembelian berlebihan dengan kredit dan akhirnya utang yang tidak terkendali (Darrat et al., 2023; Nanda et al., 2023; Vieira et al., 2023).

H7. *Compulsive buying* memberikan pengaruh positif terhadap pada risky indebtedness behaviour.

BNPL use memberikan pengaruh mediasi antara materialism dan compulsive buying.

Materialism cenderung menggunakan BNPL untuk belanja berlebihan, memicu perilaku pembelian tak terkendali. BNPL memperkuat hubungan antara *materialism* dan *compulsive buying* dengan mengurangi hambatan finansial langsung. BNPL use dapat menjadi mediator antara *materialism* dan *compulsive buying*, di mana *materialism* tinggi meningkatkan penggunaan BNPL dan perilaku *compulsive buying* (Qurniawati et al., 2023; Relja et al., 2024; Tarka, 2020).

H8. BNPL use memberikan pengaruh mediasi antara *materialism* dan *compulsive buying*.

BNPL use memberikan pengaruh mediasi antara consumer spending self-control dan compulsive buying.

Penggunaan BNPL memicu perilaku pembelian kompulsif dengan mengurangi hambatan finansial langsung. BNPL berperan sebagai mediator antara *consumer spending self-control* dan perilaku *compulsive buying* yang tinggi. *Consumer spending self-control* biasanya mengurangi *compulsive buying*, namun karena kepuasan instan dan kemudahan BNPL dapat merusak kontrol diri, meningkatkan perilaku pembelian kompulsif (Guttman-Kenney et al., 2023; Qurniawati et al., 2023; Schomburgk & Hoffmann, 2023).

H9. BNPL use memberikan pengaruh mediasi antara *consumer spending self-control* dan *compulsive buying*.

Compulsive buying memberikan pengaruh mediasi antara BNPL use dan risky indebtedness behaviour.

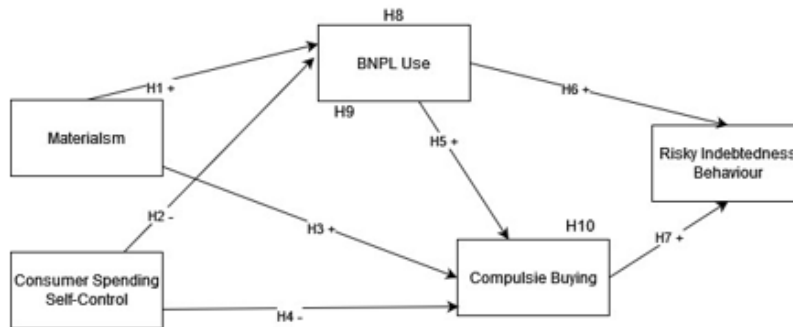
Kepuasan instan dari BNPL use memicu perilaku *compulsive buying*, yang dapat menyebabkan pembelian berlebihan dan utang tak terkendali. Pembelian kompulsif memediasi hubungan antara penggunaan BNPL dan utang berisiko, menguras sumber daya pengendalian diri pengguna (Aalders, 2023; Ma, 2023; Nanda et al., 2023) et al., 2023).

H10. *Compulsive buying* memberikan pengaruh mediasi antara BNPL use dan risky indebtedness behaviour.

Dalam rangka menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen, variabel dependen, dan variabel mediasi berdasarkan penelitian sebelumnya, sebuah kerangka

konseptual disusun untuk menggambarkan hubungan antar variabel tersebut (Wijaya & Tjokrosaputro, 2024). Berikut adalah kerangkanya.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: (Owusu et al., 2023; Raj et al., 2023; Schomburgk & Hoffmann, 2023)

METODOLOGI PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang dapat memengaruhi *BNPL Use*, *compulsive buying*, *risky indebtedness behaviour*. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana pengumpulan data dilakukan secara *cross-sectional* dari kelompok tertentu dalam satu periode waktu (Sekaran & Bougie, 2020; Valerian & Keni, 2024).

Selanjutnya, populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna yang dipilih secara acak *non-probability sampling* dengan *teknik purposive sampling* dengan kriteria penggunaan BNPL dari berbagai *brand* dengan ketentuan minimal 6 bulan terakhir (Fitriana, 2019). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui media sosial, seperti Instagram, WhatsApp, dan Line, Facebook dan Twitter dengan menggunakan Google Form.

Total pengisi responden melebihi dari perencanaan, yang harusnya 320 responden menjadi 372 responden. Setelah dilakukan pembersihan data, data yang akan di proses adalah 364. Artinya masuk pada rentang 160 – 320 responden ($n \times 5$ sampai $n \times 10$ pertanyaan, (Hair, 2016)).

Variabel diukur menggunakan skala Likert 5 poin, di mana 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dan 5 menunjukkan "sangat setuju." Indikator variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Kode	Sumber
Materialism	Mendapatkan barang berharga adalah penting bagi kebahagiaan saya.	X1.1	(Tuominen et al., 2023)
	Punya barang mewah adalah hal penting untuk hidup yang bahagia.	X1.2	
	Saya bahagia ketika membeli barang mewah yang menunjukkan kesuksesan.	X1.3	
	Saya rela membayar lebih untuk produk yang dianggap sebagai simbol kesuksesan.	X1.4	
	Saya lebih suka memiliki barang mahal daripada yang dimiliki orang lain karena itu menunjukkan keberhasilan.	X1.5	
	Saya senang membeli produk baru yang memberikan status tinggi dan harga diri tinggi.	X1.6	
Self Control	Saya monitor penggunaan uang.	X2.1	(Haws et al., 2016)
	Saya giat bekerja untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.	X2.2	
	Saya mempertimbangkan dengan hati-hati apakah benar-benar membutuhkannya sebelum membeli sesuatu.	X2.3	

	Saya sering menunda keputusan pembelian sampai berkali-kali memikirkannya.	X2.4	
	Saya mencatat pengeluaran, ketika berpergian bersama teman-teman.	X2.5	
	Saya bisa menolak dorongan untuk mengeluarkan uang demi mencapai rencana keuangan yang telah dibuat.	X2.6	
	Saya tahu kapan harus menghentikan pengeluaran.	X2.7	
	Saya selalu sadar akan seberapa banyak uang yang dikeluarkan saat bersama teman dan keluarga.	X2.8	
	Memiliki tujuan pengeluaran yang jelas sangat penting.	X2.9	
	Saya bertanggung jawab atas pengeluaran.	X2.10	
BNPL Use	Saya tidak terlalu mementingkan harga suatu produk ketika saya menggunakan Paylater.	X3.1	(Raj et al., 2023)
	Saya tidak banyak berfikir ketika membeli dengan Paylater.	X3.2	
	Saya memiliki terlalu banyak akun Paylater.	X3.3	
	Saya khawatir bagaimana saya akan melunasi hutang Paylater saya.	X3.4	
	Saya membelanjakan lebih banyak uang ketika saya menggunakan Paylater.	X3.5	
	Saya sering hanya melakukan pembayaran minimum ketika tagihan Paylater datang.	X3.6	
Compulsive Buying	Saya sulit menahan diri dari keinginan untuk berbelanja ketika ada uang tersedia, dan akhirnya cenderung menghabiskannya sebagian atau bahkan seluruhnya.	X4.1	(Unger et al., 2018)
	Terkadang, saya merasa ada dorongan dalam diri yang mendorong untuk berbelanja.	X4.2	
	Saya seringkali merasakan dorongan kuat untuk melakukan pembelian.	X4.3	
	Meskipun uang tersisa sedikit, saya sering membeli barang tidak perlu.	X4.4	
Risky Indebtedness Behaviour	Saya sering kali mengambil pinjaman melebihi kemampuan pembayaran.	X5.1	(Abrantes-Braga & Veludo-Oliveira, 2019)
	Saya sering harus membayar denda karena terlambat membayar tagihan	X5.2	
	Saya sering memerlukan pinjaman tambahan untuk melunasi utang	X5.3	
	Hutang saya sering melebihi pendapatan bulanan.	X5.4	
	Saya sering terlilit utang	X5.5	
	Utang-utang saya mengganggu pencapaian tujuan hidup, seperti menabung	X5.6	

Sumber: Peneliti (2024)

Metode analisis data akan menggunakan SEM (*Structural equation modeling*) dengan software AMOS 26 karena keunggulan terletak pada kemampuannya untuk memberikan hasil pemahaman yang komprehensif suatu model (Cepeda-Carrion et al., 2019). Uji uji validitas dan uji reliabilitas serta uji Goodness of fit dilakukan sebelum uji hipotesis secara *direct* dan mediasi. Untuk mediasi, metode analisis dengan Sobel akan digunakan. Proses analisis mediasi digunakan untuk memahami sejauh mana variabel mediasi mempengaruhi hubungan antara variabel lainnya (Hanifawati & Yudin, 2022).

HASIL DAN KESIMPULAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah pria (54,40%), dengan tingkat pendidikan terbanyak pada jenjang D4/S1 (43,97%) dan SMA (42,03%). Sebagian besar responden berusia antara 17-25 tahun (59,62%) dengan pendapatan atau uang saku kurang dari 3.000.000 (51,65%). Kebanyakan responden telah menggunakan layanan selama 6-12 bulan (53,85%) dan mengajukan permohonan kurang dari atau sama dengan 2 kali (62,09%). Adapun total dana yang paling sering diajukan per pengajuan adalah 1.000.000 (44,51%) dan 2.000.000 (30,49%). Dapat disimpulkan, pengguna BNPL didominasi

oleh responden yang masih awal tahap lulus sekolah – mencari pekerjaan dengan Waktu penggunaan satu tahun.

Semua variabel yang disebutkan, yaitu *Consumer Spending Self Control*, *BNPL Use*, *Compulsive Buying*, dan *Risky Indebtedness Behavior* dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 2

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Indikator	Pengujian validitas		Pengujian Reliabilitas	
	Factor loading	Hasil	Cronbach Alpha	Hasil
Materialism				
X1.1	0.483	Valid	0.840	Reliable
X1.2	0.745	Valid		
X1.3	0.716	Valid		
X1.4	0.686	Valid		
X1.5	0.754	Valid		
X1.6	0.704	Valid		
Consumer Spending Self Control				
X2.1	0.79	Valid	0.943	Reliable
X2.2	0.781	Valid		
X2.3	0.843	Valid		
X2.4	0.711	Valid		
X2.5	0.724	Valid		
X2.6	0.745	Valid		
X2.7	0.86	Valid		
X2.8	0.773	Valid		
X2.9	0.874	Valid		
X2.10	0.799	Valid		
BNPL use				
X3.1	0.556	Valid	0.806	Reliable
X3.2	0.7	Valid		
X3.3	0.634	Valid		
X3.4	0.611	Valid		
X3.5	0.612	Valid		
X3.6	0.713	Valid		
Compulsive Buying				
X4.1	0.399	Valid	0.723	Reliable
X4.2	0.714	Valid		
X4.3	0.653	Valid		
X4.4	0.742	Valid		
Risky Indebtedness Behaviour				
X5.1	0.856	Valid	0.939	Reliable
X5.2	0.833	Valid		
X5.3	0.861	Valid		
X5.4	0.861	Valid		
X5.5	0.869	Valid		
X5.6	0.809	Valid		

Sumber: Peneliti (2024)

Kelima variabel masuk ke dalam kategori VALID karena memiliki *Factor Loading* > 0,30 dan RELIABLE karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $\geq$ 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel tersebut telah terbukti valid dalam pengukuran dan konsisten.

Uji Goodness of Fit adalah pengujian yang dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana model statistik yang digunakan sesuai dengan data yang diamati. Pada penelitian ini, uji ini merupakan prasyarat sebelum melakukan pengujian hipotesis penelitian menggunakan SEM.

Tabel 3
Hasil Uji Model Fit

Jenis Pengukuran	Pengukuran	Penerimaan Batas Disarankan	Nilai	Keputusan
Absolute fit measures	P-Value	$\geq 0,05$	0.000	Poor fit
	GFI (Goodness of Fit Index)	$\geq 0,90$	0.902	Model fit
	RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	$\leq 0,10$	0.032	Model fit
	NFI (Normed Fit Index)	$\geq 0,90$	0.910	Model fit
	IFI (Incremental Fit Index)	$\geq 0,90$	0.974	Model fit
	TLI (Tucker-Lewis Index)	$\geq 0,90$	0.971	Model fit
	CFI (Comparative Fit Index)	$\geq 0,90$	0.973	Model fit
Parsimonius fit measure	CMIN/DF (Minimum Discrepancy divided by Degrees of Freedom)	Antara 1 sampai 5	1.381	Model fit

Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan dengan 7 dari 8 yaitu GFI, RMSEA, NFI, IFI, TLI, CFI dan CMIN/DF kategori model fit. Jika 4 dari 5 kriteria terpenuhi *model fit* dalam sebuah model *goodness of fit*, maka model tersebut dianggap sudah mencukupi dan dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian (Kuan et al., 2019).

Dalam penelitian ini, metode regresi berganda digunakan untuk uji hipotesis guna menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Keputusan terkait penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada nilai probabilitas dan nilai *estimate*. Jika di mana nilai di atas 0,05 menandakan penolakan hipotesis. Sementara jika nilai menunjukkan kurang sama dengan 0,05 dan menunjukkan arah yang sama dengan nilai *estimate* (positif atau negatif) khusus variabel langsung maka menunjukkan penerimaan hipotesis. (Hair, 2016; Wulandari & Kurniawati, 2022).

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Deskripsi	Estimate	P-Value	Keputusan
H1	<i>Materialism</i> memberikan pengaruh positif terhadap BNPL use	0.255	0,000	Didukung
H2	<i>Consumer spending self-control</i> memberikan pengaruh negatif terhadap BNPL use	-0.243	0,000	Didukung
H3	<i>Materialism</i> memberikan pengaruh positif terhadap <i>compulsive buying</i>	-0.13	0.047	Tidak didukung
H4	<i>Consumer spending self-control</i> memberikan pengaruh negatif terhadap <i>compulsive buying</i>	0.449	0,000	Tidak didukung
H5	BNPL use memberikan pengaruh positif terhadap <i>compulsive buying</i>	0.365	0,000	Didukung
H6	BNPL use memberikan pengaruh positif terhadap <i>risky indebtness behaviour</i>	0.872	0,000	Didukung
H7	<i>Compulsive buying</i> memberikan pengaruh positif terhadap pada <i>risky indebtness behaviour</i>	-0.111	0.016	Tidak didukung
H8	BNPL use memberikan pengaruh mediasi antara <i>materialism</i> dan <i>compulsive buying</i>	-	0.002	Didukung
H9	BNPL use memberikan pengaruh mediasi antara <i>consumer spending self-control</i> dan <i>compulsive buying</i>	-	0.000	Didukung
H10	<i>Compulsive buying</i> memberikan pengaruh mediasi antara BNPL use dan <i>risky indebtness behaviour</i>	-	0.067	Tidak didukung

Sumber: Peneliti (2024)

Hipotesis 1 didukung karena menunjukkan nilai *p-value* kurang dari 0,05, menegaskan adanya pengaruh positif materialisme terhadap penggunaan BNPL. Dengan demikian, temuan ini mendukung pernyataan bahwa tingkat materialisme seseorang berkontribusi pada peningkatan penggunaan BNPL.

Hipotesis 2 didukung karena menunjukkan nilai *p-value* kurang dari 0,05, menegaskan adanya pengaruh negatif antara tingkat kontrol pengeluaran konsumen dan penggunaan BNPL. Dengan demikian, temuan ini mendukung pernyataan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol pengeluaran konsumen, semakin rendah kemungkinan penggunaan BNPL.

Hipotesis 3 tidak didukung, karena meskipun *p-value* kurang dari 0,05 tetapi arah hipotesis yang positif berlawanan dengan nilai *estimate* yang negatif. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa materialisme tidak berdampak signifikan pada pembelian kompulsif mahasiswa. Faktor lingkungan sosial, seperti pengaruh dan struktur keluarga, dapat memoderasi sejauh mana materialisme memicu perilaku tersebut (Xu, 2017).

Hipotesis 4 tidak didukung, karena meskipun *p-value* kurang dari 0,05 tetapi arah hipotesis yang negatif berlawanan dengan nilai *estimate* yang positif. Penelitian lain di India, juga menunjukkan hasil yang serupa. Faktor lain, seperti *ill-being perception*, dapat memainkan peran mediasi dalam hubungan antara *self-control* dan *compulsive buying* (Jain et al., 2023).

Hipotesis 5 didukung karena menunjukkan nilai *p-value* kurang dari 0,05, menegaskan adanya pengaruh positif antara penggunaan BNPL dan perilaku pembelian kompulsif. Dengan demikian, temuan ini mendukung pernyataan bahwa semakin tinggi penggunaan BNPL, semakin tinggi kecenderungan perilaku pembelian kompulsif.

Hipotesis 6 didukung karena menunjukkan nilai *p-value* kurang dari 0,05, menegaskan adanya pengaruh positif antara penggunaan BNPL dan perilaku berutang yang berisiko. Dengan demikian, temuan ini mendukung pernyataan bahwa semakin tinggi penggunaan BNPL, semakin tinggi kecenderungan perilaku berutang yang berisiko.

Hipotesis 7 tidak didukung, karena meskipun *p-value* kurang dari 0,05 tetapi arah hipotesis yang positif berlawanan dengan nilai *estimate* yang positif. Moderasi gaji bisa menjadi faktor pembeda. Pada generasi milenial, pembelian kompulsif dan hutang signifikan terjadi pada pegawai negeri, tetapi tidak pada pegawai swasta. Hal ini mungkin karena gaji pegawai swasta umumnya lebih tinggi, sehingga mereka memiliki alokasi dana belanja untuk menghindari hutang (Sulastri & Gantino, 2024).

Hipotesis 8 didukung karena menunjukkan nilai *p-value* kurang dari 0,05. Dengan demikian, temuan ini mendukung pernyataan bahwa penggunaan BNPL memediasi hubungan antara materialisme dan perilaku pembelian kompulsif.

Hipotesis 9 didukung menunjukkan nilai *p-value* kurang dari 0,05. Dengan demikian, temuan ini mendukung pernyataan bahwa penggunaan BNPL memediasi hubungan antara kontrol pengeluaran konsumen dan perilaku pembelian kompulsif.

Hipotesis 10 tidak didukung, karena *p-value* lebih dari 0,05. Penelitian lain, dimana *impulsive buying* dan *attitude to adopt BNPL* secara memediasi hubungan antara RIB dan niat adopsi BNPL pada hipotesis *two-tailed* juga tidak didukung.

Kesimpulan

Penelitian dibentuk 5 variabel dengan hasil 6 dari 10 hipotesis diterima. *Materialism* dan *consumer spending self-control* memberikan pengaruh signifikan terhadap *BNPL use* tetapi tidak signifikan terhadap *compulsive buying*. Selain itu, *BNPL use* memberikan pengaruh positif terhadap *risky indebtedness behaviour* dan *compulsive buying* terbukti secara signifikan. *Compulsive buying* juga terbukti tidak positif signifikan pada *risky indebtedness behaviour*. *BNPL use* juga terbukti memediasi pengaruh antara *materialism* dan *consumer spending self-control* terhadap *compulsive buying*. *Compulsive buying* tidak terbukti memediasi pengaruh antara *BNPL use* dan *risky indebtedness behaviour*.

Implikasi Manajerial

Berikut adalah tiga implikasi manajerial dari hasil beberapa hipotesis yang diterima:

- a. Materialisme mendorong peningkatan penggunaan dan penyalahgunaan BNPL karena keinginan memiliki barang mewah untuk meningkatkan harga diri. BNPL dapat membantu pengguna dengan riwayat kredit buruk dengan menawarkan produk yang lebih terjangkau namun tetap fungsional.
- b. *Consumer spending self-control* berpengaruh negatif terhadap penyalahgunaan BNPL. Ketidakpatuhan terhadap standar keuangan menyebabkan penyalahgunaan paylater. BNPL dapat menambahkan fitur kontrol pihak ketiga, seperti notifikasi atau persetujuan keluarga, untuk mengingatkan pengguna saat pembelian melebihi batas. Penggunaan paylater yang tidak bertanggung jawab dapat meningkatkan pembelian tidak terkendali dan berujung pada hutang yang berbahaya.
- c. Penyalahgunaan BNPL *use* memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan *compulsive buying* dan *risky indebtedness behaviour*. Penggunaan paylater yang tidak bertanggung jawab dapat meningkatkan pembelian tidak terkendali dan menimbulkan hutang berbahaya. BNPL disarankan bekerja sama dengan lembaga terkait untuk berbagi data guna membatasi pembuatan aplikasi baru yang terhubung dengan satu NIK, mengurangi risiko penggunaan berlebihan.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Variabel *conspicuous consumption* penting untuk diteliti di penelitian selanjutnya. *Conspicuous consumption* merupakan perilaku pengeluaran terus menerus untuk mendapatkan barang mewah maka akan memprediksi meningkatkan penggunaan BNPL yang bermuara pada *indebtedness behaviour* (Kumar & Nayak, 2024).

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/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 Consequences of Risky Debt Behavior. *European Journal of Marketing*, 54(9), 2223–2244. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2019-0455>
- Aina, Q., & Chalid, D. A. (2023). The Role of Financial Literacy and Religiosity in BNPL Misuse. *I-IECONS e-Proceedings*, 324–339. <https://doi.org/10.33102/IECONS.V10I1.87>
- Anam, K. (2022). Banyak Fitur Paylater, Gimana Menurut Pakar? *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20220517180250-72-339618/banyak-fitur-paylater-gimana-menurut-pakar>
- Anggrane, R. (2023). Pay Later hingga Pinjol Kian Digandrungi Kawula Muda. <https://finansial.bisnis.com/read/20230823/563/1687085/pay-later-hingga-pinjol-kian-digandrungi-kawula-muda>
- Aprilia, Z. (2023). Waspada! Nggak Paylater Bikin Gagal Dapat KPR. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230804070212-17-460088/waspada-nggak-paylater-bikin-gagal-dapat-kpr>
- Billore, S., & Anisimova, T. (2021). Panic buying research: A systematic literature review and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), 777–804. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12669>

- Boxell, J. (2021). How Old-Style Buy Now, Pay Later Became Trendy 'BNPL': QuickTake - Bloomberg. *Bloomberg.Com*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-09-15/how-old-style-buy-now-pay-later-became-trendy-bnpl-quicktake>
- Byegon, G. (2020). Linkage Between Self-Control, Financial Innovations and Financial Inclusion. A Moderated Mediation Analysis Across Levels of Financial Literacy (The case of owners of Microenterprise in Kenya). *European Journal of Business and Management Research*, 5(4). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.4.294>
- Cepeda-Carrion, G., Cegarra-Navarro, J. G., & Cillo, V. (2019). Tips to use partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) in knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 23(1), 67–89. <https://doi.org/10.1108/JKM-05-2018-0322/FULL/XML>
- Cornelli, G., Gambacorta, L., & Pancotto, L. (2023). *Buy now, pay later: a cross-country analysis*. https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt2312e.htm
- Cutcher, & Neale. (2022). *Impact of AfterPay and other 'buy now pay later' services on loan finance*. <https://www.cutcher.com.au/insights-and-news/impact-of-afterpay-and-other-buy-now-pay-later-services-on-loan-finance>
- Darrat, A. A., Darrat, M. A., & Darrat, M. A. (2023). Does Wanting More Lead to Losing Control? Examining the Psychological Drivers of Compulsive Buying. *Young Consumers*, 24(1), 56–73. <https://doi.org/10.1108/YC-01-2022-1453>
- Desikan V. (2023). A Study on Customer Preferences towards Buy Now Pay Later (BNPL) Services and its Impact on their Financial Well-Being in Chennai City. *Journal of Development Economics and Management Research Studies (JDMS)*, 10(16), 38–49. <https://doi.org/10.53422>
- Destya, V. (2023). *NPL Industri Pay Later Tembus 9,7% Per April, Begin Respons Akulaku*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/npl-industri-pay-later-tembus-97-per-april-begin-respons-akulaku>
- du Plessis, L., Jordaan, Y., & van der Westhuizen, L.-M. (2024). Psychological needs and financial well-being: the role of consumer spending self-control. *Journal of Financial Services Marketing*. <https://doi.org/10.1057/s41264-024-00270-y>
- Fitriana, F. (2019). Definisi Diri Dan Definisi Situasi Remaja Dalam Penjajakan Karier. *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim Dan Bimbingan Rohani*, 5(1), 16–25. <https://doi.org/10.47435/MIMBAR.V5I1.74>
- Guttman-Kenney, B., Firth, C., & Gathergood, J. (2023). Buy now, pay later (BNPL) ...on your credit card. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 37, 100788. <https://doi.org/10.1016/J.JBEF.2023.100788>
- Hadi, A. (2023). *Buy now, pay later: Bad debt may slow loan growth, analyst warns - Mon, September 4, 2023 - The Jakarta Post*. <https://www.thejakartapost.com/paper/2023/09/04/buy-now-pay-later-bad-debt-may-slow-loan-growth-analyst-warns.html>
- Hair, J. F. (2016). *Essentials of Business Research Methods*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429203374>
- Hanifawati, T., & Yudin, C. (2022). Dampak Co-Creation pada Pemasaran Produk Pangan Online Terhadap Loyalitas dengan Mediasi Kepuasan pada Pelanggan Sayurbox. *Media Agribisnis*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.35326/agribisnis.v6i1.2307>
- Haws, K. L., Davis, S. W., & Dholakia, U. M. (2016). Control over What? Individual Differences in General versus Eating and Spending Self-Control. <https://doi.org/10.1509/Jppm.14.149>, 35(1), 37–57. <https://doi.org/10.1509/JPPM.14.149>
- Hegawan, C. I. P., Faustine, T. M., Wijayanti, S., & Manaf, P. A. (2023). Exploring the influence of perceived usefulness and value of PayLater/BNPL on satisfaction, impulsive buying, and post-purchase intention. *International Journal of Emerging Trends in Social Sciences*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.55217/103.v15i1.667>

- Jain, A., Srivastava, D. S., & Shukla, A. (2023). Self-control and compulsive buying behavior: The mediating role of ill-being perception. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2286673. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2286673>
- Kuan, G., Kueh, Y. C., Abdullah, N., & Tai, E. L. M. (2019). Psychometric properties of the health-promoting lifestyle profile II: Cross-cultural validation of the Malay language version. *BMC Public Health*, 19(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/S12889-019-7109-2/TABLES/5>
- Kumar, S., & Nayak, J. K. (2024). Understanding the Intricacies of Risky Indebtedness, Impulse Buying, and Perceived Risk in Buy-Now-Pay-Later Adoption. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2023-0759>
- Ling, Y., Gao, B., Jiang, B., Fu, C., & Zhang, J. (2023). Materialism and envy as mediators between upward social comparison on social network sites and online compulsive buying among college students. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/FPSYG.2023.1085344/FULL>
- Lupşa-Tătaru, D. A., Nichifor, E., Dovleac, L., Chiţu, I. B., Todor, R. D., & Brăţucu, G. (2023). Buy Now Pay Later—A Fad or a Reality? A Perspective on Electronic Commerce. *Economies* 2023, Vol. 11, Page 218, 11(8), 218. <https://doi.org/10.3390/ECONOMIES11080218>
- Ma, H. (2023). The Downplayed Debt Attributes of Buy Now, Pay Later: A Thematic Content Analysis of TikTok. *Major Papers*. <https://scholar.uwindsor.ca/major-papers/269>
- Mohd Dali, N. R. S., Wan Nawang, W. R., Hamid, H. A., Soffian Lee, U. H. M., & Mohamad Nazarie, W. N. F. W. (2023). Compulsive Online Shopping, Spending Habits, And Locus of Control on Financial Vulnerability Among Malaysians. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 31, 175–209. <https://doi.org/10.60016/MAJCAFE.V31.07>
- Mukhtar, B., Binti Ahmad Tamrin, S. N., Kashif Shad, M., Woon Lai, F., & Abdul Jalil, N. (2023, December 7). A Proposed Framework for Assessing BNPL (Buy Now, Pay Later) Adoption and its Impact on Consumers' Buying Behavior. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i20.14639>
- Nada Fauziah, S., Hilmi Prayitno, P., Wahyono, H., Inayati Program Studi, ufah S., Ekonomi, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Consumptive Behavior with Paylater as a Mediating Variable. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11, 66–78. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v11i1.10209>
- Nanda, A. P., Banerji, D., & Singh, N. (2023). *Situational Factors of Compulsive Buying and the Well-Being Outcomes: What We Know and What We Need to Know*. 43(3), 384–402. <https://doi.org/10.1177/02761467231180091>
- Owusu, G. M. Y., Amoah Bekoe, R., Arthur, M., & Koomson, T. A. A. (2023). Antecedents and Consequences of Compulsive Buying Behavior: The Moderating Effect of Financial Management. *Journal of Business and Socio-Economic Development*, 3(3), 197–213. <https://doi.org/10.1108/jbsed-04-2021-0049>
- Ponchio, M. C., Cordeiro, R. A., & Gonçalves, V. N. (2019). Personal Factors a Antecedents of Perceived Financial Well-being: Evidence From Brazil. *International Journal of Bank Marketing*, 37(4), 1004–1024. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0077>
- Puteri, H. E., Arinda, N., Dewi, S., & Sari, G. (2022). Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(6), 118–129. <https://doi.org/10.24018/ejsocial.2022.2.6.361>
- Qurniawati, R. S., Nurohman, Y. A., & Andreyan, D. R. (2023). Predicting Compulsive Buying Because of Buy Now Pay Later Installment. *Al Tijarah*, 9(1), 14–26. <https://doi.org/10.21111/at.v9i1.8626>

- Rahman, M., Azma, N., Masud, Md. A. K., & Ismail, Y. (2020). Determinants of Indebtedness: Influence of Behavioral and Demographic Factors. *International Journal of Financial Studies*, 8(1), 8. <https://doi.org/10.3390/ijfs8010008>
- Rahmat, R., Magister Sains Psikologi, P., & Psikologi Universitas Airlangga, F. (2020). Compulsive Buying Behavior of E-commerce Users In Buying “Branded” Things in Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional 2020 Fakultas Psikologi UMBY*, 29. <https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/ProsidingPsikologi/article/download/1355/773>
- Raj, V. A., Jasrotia, S. S., & Rai, S. S. (2023). Intensifying materialism through buy-now pay-later (BNPL): examining the dark sides. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2022-0343>
- Ratanathamwat, N. (2023). ‘Buy Now Pay Later’ The Next Wave of Credit Products. <https://www.krungsri.com/en/research/research-intelligence/buy-now-pay-later>
- 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/FULL/XML>
- Respati, A. R., & Ika, A. (2024). *Hadapi Kredit Macet, OJK Minta Penyelenggara “Paylater” Perkuat Mitigasi Risiko*. <https://money.kompas.com/read/2024/06/25/200000326/hadapi-kredit-macet-ojk-minta-penyelenggara-paylater-perkuat-mitigasi-risiko>
- 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>
- Šeinauskienė, B., Rūteliūnė, A., Tarutė, A., Nikou, S., & Lekavičienė, R. (2021). The Effect of Emotional Intelligence on Materialism and Compulsive Buying. *Drustvena Istrazivanja*, 30(3), 487–508. <https://doi.org/10.5559/di.30.3.02>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (Vol. 8). Wiley.
- Sulastri, T., & Gantino, R. (2024). Comparison of the Effects of Financial Literacy on the Financial Behavior of Civil Servants and Private Employees at Millennial Age. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 6(2), 79–99. <https://doi.org/10.32996/JEFAS.2024.6.2.6>
- Susanto, W. H., Fatma Chawa, A., Sosial, P., & Bayar, G. (2021). Aksi Gagal Bayar pada Perusahaan Fintech. *Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 22–31. <https://doi.org/10.30595/jssh.v5i1.9305>
- Tantawi, P. I. (2023). Materialism, Life Satisfaction and Compulsive Buying Behavior: An Empirical Investigation on Egyptian Consumers Amid Covid-19 Pandemic. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. <https://doi.org/10.1007/s12208-022-00360-4>
- Tarka, P. (2020). Influence of Materialism on Compulsive Buying Behavior: General Similarities and Differences Related to Studies on Young Adult Consumers in Poland and US. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(3), 243–267. <https://doi.org/10.1080/08961530.2019.1695240>
- Tkacová, H., Králik, R., Tvrdón, M., Jenisová, Z., & Martin, J. G. (2022). Credibility and Involvement of Social Media in Education - Recommendations for Mitigating the Negative Effects of the Pandemic among High School Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(5). <https://doi.org/10.3390/ijerph19052767>
- Tuominen, J., Rantala, E., Reinikainen, H., & Wilska, T.-A. (2023). View of Modern-day socialization agents. *The Journal of Social Media in Society*, 12, 21–48. <https://thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/1107/615>

- Unger, A., Lyu, H., & Zimbardo, P. G. (2018). How Compulsive Buying Is Influenced by Time Perspective—Cross-Cultural Evidence from Germany, Ukraine, and China. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16(3), 525–544. <https://doi.org/10.1007/S11469-018-9942-4>
- Valerian, J., & Keni, K. (2024). Pengaruh brand image, perceived price, dan brand awareness terhadap purchase intention produk teh siap saji pada modern trade di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(4), 802–813. <https://doi.org/10.24912/JMBK.V8I4.31631>
- 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>
- Wijaya, F., & Tjokrosaputro, M. (2024). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi customer loyalty pada kafe di Batam: Customer satisfaction sebagai mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(3), 533–547. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i3.30215>
- Wood, L. (2023). *Indonesia Buy Now Pay Later Business Report 2023: BNPL Payments are Expected to Grow by 20.6% to Reach \$4.4 Billion this Year - Market Forecast to 2028*. <https://www.prnewswire.com/news-releases/indonesia-buy-now-pay-later-business-report-2023-bnpl-payments-are-expected-to-grow-by-20-6-to-reach-4-4-billion-this-year---market-forecast-to-2028--301992079.html>
- Wulandari, S. D., & Kurniawati, K. (2022). Efek Personalisasi Iklan terhadap Hubungan Brand & Konsumen pada Pembelian Sebuah Brand Skincare Korea. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 2969–2982. <https://doi.org/10.54371/JIIP.V5I8.779>
- Xu, Y. (2017). The influence of public self-consciousness and materialism on young consumers' compulsive buying. *Young Consumers*, 9(1), 37–48. <https://doi.org/10.1108/17473610810857309>
- Yaman, H., & Özkoç, H. (2023). Determining the Effects of Financial Literacy, Materialism and Compulsive Buying Behavior on Attitudes Towards Borrowing. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*. <https://doi.org/10.47097/piar.1274128>