CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

ANALISIS PERAN LITERASI KEUANGAN DALAM MEMODERASI PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE *PAYLATER* (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NIAS)

Jerlin Indrawati Lase[1], Fakta Solala Zebua[2], Tiarni Duha[3], Heniwati Gulo[4]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias[1,2,3,4]
e-mail: jerlinlase@gmail.com[1], faktasolalazebua@unias.ac.id[2], tiarniduha7@gmail.com[3], henygulo75@gmail.com[4]

Diterima: *05/09/2026*; Direvisi: *16/10/2026*; Diterbitkan: *29/10/2026*

ABSTRAK

Penggunaan layanan keuangan digital, khususnya Shopee *PayLater*, memberikan kemudahan transaksi bagi mahasiswa, tetapi juga berpotensi berkaitan dengan pola konsumsi yang kurang terkendali. Gaya hidup dan kemampuan mengelola keuangan menjadi aspek yang perlu dikaji untuk memahami perilaku konsumtif dalam penggunaan layanan pembayaran tertunda. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif serta menguji peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dan data sekunder. Sampel penelitian terdiri atas 225 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria mahasiswa pengguna Shopee *PayLater*. Data dianalisis menggunakan regresi linear dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Hasil pengujian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001 dan *adjusted R-squared* sebesar 44,4%. Pengujian moderasi menghasilkan nilai *t* sebesar 0,342 dan signifikansi 0,732, sehingga interaksi gaya hidup dan literasi keuangan tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup berkaitan dengan perilaku konsumtif, tetapi literasi keuangan belum terbukti memoderasi hubungan tersebut. Hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan edukasi keuangan dan pengambilan keputusan konsumsi yang lebih bijak di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Shopee PayLater, Moderasi.*

ABSTRACT

The use of digital financial services, particularly Shopee PayLater, provides students with convenient transaction options but may also be associated with less controlled consumption patterns. Lifestyle and financial management skills are important aspects to examine in understanding consumer behavior in deferred payment services. This study aims to analyze the effect of lifestyle on consumptive behavior and examine the moderating role of financial literacy among students of the Faculty of Economics at Universitas Nias. This research employed a quantitative approach using primary and secondary data. The sample consisted of 225 respondents selected through purposive sampling, based on the criterion that they were students who used Shopee PayLater. The data were analyzed using linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA) with IBM SPSS Statistics. The results indicate that lifestyle has a positive and statistically significant effect on consumptive behavior, with a significance value of less than 0.001 and an adjusted R-squared of 44.4%. The moderation test

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

yielded a t-value of 0.342 and a significance value of 0.732, indicating that the interaction between lifestyle and financial literacy was not statistically significant. These findings suggest that lifestyle is associated with consumptive behavior, but financial literacy has not been shown to moderate this relationship. The results may inform the development of financial education initiatives and encourage more prudent consumption decisions among university students.
Keywords: *Financial Literacy, Lifestyle, Consumptive Behavior, Shopee PayLater, Moderation.*

PENDAHULUAN

Perkembangan layanan keuangan digital telah mengubah cara mahasiswa memenuhi kebutuhan dan mengambil keputusan pembelian. Salah satu layanan yang relevan dalam perubahan tersebut ialah *Shopee PayLater*, yang memungkinkan konsumen memperoleh barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu berikutnya. Kemudahan transaksi ini memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan pengeluaran, tetapi juga dapat mengurangi pertimbangan terhadap kemampuan finansial ketika keputusan pembelian lebih didorong oleh keinginan sesaat. Dalam konteks mahasiswa, penggunaan layanan pembayaran tertunda perlu dikaji bersama pola konsumsi, kebiasaan berbelanja, dan kemampuan memahami konsekuensi keuangan. Penelitian Khaerunisa et al. (2024) yang mengangkat perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* pada mahasiswa generasi Z serta penelitian Siddiqi dan Sari (2025) mengenai literasi keuangan dan gaya hidup pada pengguna layanan serupa memberikan landasan kontekstual untuk menelaah persoalan tersebut. Namun, perilaku konsumtif tidak cukup dipahami hanya dari keberadaan fasilitas pembayaran, sebab keputusan membeli juga berkaitan dengan preferensi pribadi dan cara individu mengelola sumber daya yang dimilikinya.

Gaya hidup menjadi salah satu aspek yang dapat menjelaskan variasi perilaku konsumsi mahasiswa. Pilihan aktivitas, orientasi terhadap tren, preferensi produk, serta kebiasaan mengikuti perkembangan lingkungan sosial dapat memengaruhi cara seseorang menggunakan uang untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Ketika konsumsi digunakan sebagai sarana memperoleh kepuasan atau mempertahankan citra diri, keputusan pembelian berpotensi melampaui kebutuhan yang sebenarnya. Wulandari et al. (2024) mengkaji keterkaitan penggunaan media sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta, sedangkan Leonita dan Wulandari (2024) menelaah fitur *Shopee PayLater*, literasi keuangan, dan gaya hidup dalam perilaku konsumtif berbelanja daring pada mahasiswa. Kedua penelitian tersebut relevan untuk membangun argumentasi bahwa perilaku konsumtif perlu dianalisis melalui keterkaitan antara karakteristik gaya hidup dan konteks transaksi digital. Meski demikian, besarnya pengaruh gaya hidup tidak dapat diasumsikan sama pada setiap kelompok mahasiswa karena perbedaan lingkungan, kebiasaan bertransaksi, dan kapasitas pengelolaan keuangan dapat menghasilkan pola konsumsi yang berbeda.

Literasi keuangan dapat menjadi landasan bagi mahasiswa dalam menilai kemampuan membayar, menyusun prioritas pengeluaran, serta mempertimbangkan konsekuensi dari keputusan pembelian. Individu yang memahami konsep anggaran, kewajiban pembayaran, risiko utang, dan pengelolaan uang diharapkan memiliki dasar pertimbangan yang lebih memadai sebelum menggunakan fasilitas pembayaran tertunda. Akan tetapi, pengetahuan keuangan tidak selalu secara otomatis tercermin dalam perilaku sehari-hari karena keputusan konsumsi juga dapat dipengaruhi oleh kebiasaan, dorongan emosional, dan lingkungan sosial. Angelista et al. (2024) membahas literasi keuangan, gaya hidup, dan sikap keuangan dalam

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

kaitannya dengan perilaku keuangan mahasiswa pengguna *Shopee PayLater*. Pratiwi dan Ni'am (2023) juga mengkaji literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *Shopee PayLater* dalam pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Sementara itu, Ningsih et al. (2022) membahas peningkatan literasi keuangan syariah di Provinsi Jambi, sehingga dapat digunakan sebagai konteks yang lebih luas mengenai upaya penguatan pemahaman keuangan masyarakat. Rujukan-rujukan tersebut perlu dibaca sesuai ruang lingkup masing-masing: pembahasan tentang perilaku keuangan, pengelolaan keuangan pribadi, dan literasi keuangan masyarakat tidak sepenuhnya identik dengan perilaku konsumtif sebagai variabel penelitian ini.

Hubungan gaya hidup dan perilaku konsumtif juga perlu ditempatkan dalam kerangka yang mempertimbangkan kemampuan individu mengendalikan keputusan finansial. Gaya hidup yang berorientasi pada konsumsi tidak selalu menghasilkan perilaku konsumtif dengan tingkat yang sama, karena mahasiswa dapat memiliki kemampuan berbeda dalam membedakan kebutuhan dan keinginan. Atmaja dan Susanti (2022) menelaah faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengguna Shopee di Solo, yang dapat menjadi referensi kontekstual untuk memahami perilaku konsumen pada platform perdagangan digital. Chandra dan Siregar (2025) mengkaji literasi keuangan sebagai variabel intervening dalam hubungan gaya hidup dan teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Penelitian tersebut memiliki relevansi karena memperlihatkan bahwa posisi literasi keuangan dalam model analisis dapat dikaji bersama faktor gaya hidup dan pengaruh sosial, meskipun peran variabel intervening berbeda secara konseptual dari variabel moderasi. Perbedaan ini penting: variabel intervening menjelaskan mekanisme hubungan antarkonstruk, sedangkan variabel moderasi menguji apakah kekuatan atau arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat berubah menurut tingkat variabel moderator. Oleh karena itu, pengujian literasi keuangan sebagai moderator memerlukan analisis tersendiri dan tidak dapat disimpulkan hanya berdasarkan penelitian yang menempatkannya sebagai variabel intervening.

Perkembangan kajian terkait perilaku konsumtif mahasiswa juga memperlihatkan perlunya memperhatikan faktor lain yang dapat berhubungan dengan keputusan pembelian. Avivi Hilwana et al. (2025) meneliti literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* dengan kontrol diri sebagai variabel moderasi pada generasi Z. Penelitian tersebut relevan untuk menempatkan kontrol diri sebagai salah satu faktor yang patut dipertimbangkan ketika menafsirkan hubungan antara gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumsi. Hesti et al. (2026) mengkaji modernitas individu, literasi keuangan, dan adopsi teknologi terhadap perilaku konsumtif dengan gaya hidup sebagai variabel intervening pada mahasiswa di Kota Malang. Perbedaan susunan variabel dalam penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara faktor personal, penggunaan teknologi, dan perilaku konsumtif dapat dianalisis melalui beberapa model konseptual. Namun, hasil penelitian dengan kontrol diri sebagai moderator atau gaya hidup sebagai variabel intervening tidak dapat langsung diperlakukan sebagai bukti bahwa literasi keuangan akan berfungsi sebagai moderator dalam hubungan gaya hidup dan perilaku konsumtif. Perbedaan posisi variabel, karakteristik responden, dan konteks penelitian justru perlu diperhatikan agar interpretasi hasil tidak melampaui bukti empiris yang tersedia.

Berdasarkan kajian tersebut, ruang penelitian yang perlu diperjelas terletak pada pengujian peran literasi keuangan secara khusus sebagai variabel moderasi dalam hubungan gaya hidup dan perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater*. Sejumlah rujukan yang tersedia membahas hubungan langsung antara gaya hidup, literasi keuangan, penggunaan layanan pembayaran tertunda, serta perilaku konsumtif atau perilaku keuangan. Rujukan lainnya

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

menempatkan literasi keuangan sebagai variabel intervening atau menguji kontrol diri sebagai moderator. Perbedaan tersebut menyediakan dasar untuk menguji apakah literasi keuangan benar-benar mengubah kekuatan hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, bukan sekadar berkaitan dengan masing-masing variabel secara terpisah. Meskipun demikian, kesenjangan ini harus dipahami sebagai fokus pengujian dalam konteks penelitian yang dipilih, bukan sebagai klaim bahwa belum pernah ada penelitian serupa. Keunikan penelitian perlu ditunjukkan melalui perbandingan langsung atas tujuan, model analisis, karakteristik responden, dan temuan penelitian terdahulu setelah setiap artikel ditelaah secara menyeluruh.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias serta menguji apakah literasi keuangan memoderasi hubungan tersebut. Secara empiris, penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai keterkaitan gaya hidup dengan perilaku konsumtif dalam konteks mahasiswa yang menggunakan layanan pembayaran tertunda. Secara konseptual, pengujian moderasi dapat memperjelas apakah literasi keuangan berperan dalam mengubah kekuatan hubungan kedua variabel, sehingga tidak hanya diperlakukan sebagai faktor yang berdiri sendiri. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam mengevaluasi keputusan pembelian dan bagi institusi pendidikan dalam merancang edukasi keuangan yang sesuai dengan tantangan transaksi digital. Kontribusi penelitian tetap dibatasi pada variabel, responden, dan metode yang benar-benar diteliti, sehingga rekomendasi yang dihasilkan dapat ditautkan secara proporsional dengan bukti empiris.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk menganalisis hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumtif serta menguji peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada pengguna Shopee *PayLater*. Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias selama periode Desember 2025 hingga Juli 2026, dengan cakupan mahasiswa Program Studi S1 Manajemen dan D3 Akuntansi pada semester II, IV, VI, dan VIII. Populasi penelitian diarahkan pada mahasiswa yang menggunakan layanan Shopee *PayLater*, sedangkan sampel yang dianalisis berjumlah 225 responden. Responden memenuhi kriteria sebagai pengguna Shopee *PayLater* yang melakukan transaksi dalam tiga bulan terakhir sebelum pengumpulan data. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Forms, sehingga jawaban responden dapat dihimpun secara terstruktur sesuai dengan variabel yang diteliti. Pemilihan responden berdasarkan kriteria penggunaan layanan tersebut dimaksudkan agar data yang diperoleh relevan dengan konteks perilaku konsumtif dalam transaksi pembayaran tertunda.

Instrumen penelitian disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan skala Likert lima tingkat untuk mengukur tanggapan responden terhadap setiap indikator variabel. Variabel gaya hidup sebagai variabel independen (X) diukur menggunakan 19 butir pernyataan, variabel literasi keuangan sebagai variabel moderasi (Z) menggunakan 19 butir pernyataan, sedangkan variabel perilaku konsumtif sebagai variabel dependen (Y) diukur melalui 20 butir pernyataan. Sebelum analisis utama dilakukan, kualitas instrumen diperiksa melalui uji validitas dan reliabilitas. Validitas butir dinilai dengan membandingkan nilai korelasi *r* hitung dengan *r* tabel, sedangkan reliabilitas instrumen dievaluasi menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan batas penerimaan lebih dari 0,60 sesuai kriteria yang digunakan dalam penelitian ini. Setelah pemeriksaan instrumen, data dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan karakteristik

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

jawaban responden dan kecenderungan masing-masing variabel. Selanjutnya, pengujian asumsi statistik mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk menilai kelayakan model regresi sebelum hasil pengujian hipotesis diinterpretasikan.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menilai hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumtif serta menguji apakah literasi keuangan mengubah kekuatan hubungan tersebut. Model regresi pertama digunakan untuk mengestimasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, sedangkan model moderasi memasukkan variabel literasi keuangan dan interaksi antara gaya hidup dengan literasi keuangan. Secara matematis, model moderasi dirumuskan sebagai $Y = a + b_1X + b_2Z + b_3(XZ) + e$, dengan Y sebagai perilaku konsumtif, X sebagai gaya hidup, Z sebagai literasi keuangan, XZ sebagai variabel interaksi antara gaya hidup dan literasi keuangan, a sebagai konstanta, b_1 sebagai koefisien regresi gaya hidup, b_2 sebagai koefisien regresi literasi keuangan, b_3 sebagai koefisien regresi interaksi antara gaya hidup dan literasi keuangan, serta e sebagai galat (error). Keberadaan efek moderasi dinilai terutama melalui koefisien dan signifikansi variabel interaksi, dengan memperhatikan hasil uji *t* dan koefisien determinasi yang disesuaikan (*adjusted R-squared*). Apabila koefisien interaksi tidak signifikan berdasarkan tingkat signifikansi yang ditetapkan, literasi keuangan tidak dapat dinyatakan memoderasi hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumtif. Seluruh hasil pengujian diinterpretasikan berdasarkan keluaran analisis statistik, tanpa menarik kesimpulan yang melampaui variabel, responden, dan rancangan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Statistik Deskriptif Penelitian

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel yang diteliti. Uji statistic deskriptif mencakup niali rata rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum dan nilai standard deviasi dari data penelitian. Dari masing-masing variabel yaitu Gaya Hidup (X), Literasi Keuangan (Z), Perilaku Konsumtif (Y). Mengenai hasil uji Statistik Deskriptif penelitian dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	*Minimum*	*Maximum*	*Mean*	*Std. Deviation*
Perilaku Konsumtif	225	55	92	74.83	7.280
Gaya Hidup	225	49	86	70.06	7.839
Literasi Keuangan	225	54	93	73.92	6.831
Valid N (listwise)	225				

Dari hasil perhitungan Tabel 1 di atas menunjukkan jumlah responden (N) 225, dari 225 responden nilai terendah (minimum) untuk Variabel Perilaku Konsumtif (Y) adalah 55, sedangkan untuk nilai tertinggi (maxsimum) adalah sebesar 92 dan rata rata variabel perilaku konsumtif dari 225 responden adalah sebesar 74,83, dengan Standar deviasi sebesar 7,280. Untuk variabel Gaya Hidup memiliki nilai terendah (minimum) adalah 49, sedangkan untuk nilai tertinggi (maximum) adalah 86. Rata rata dari variabel gaya hidup adalah 70,06 dengan standar deviasi 7,839. Sedangkan variabel Literasi Keuangan memiliki nilai terendah

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

(minimum) adalah 54, sedangkan untuk nilai teringgi (maximum) adalah 93. Rata rata dari variabel litrerasi keuangan 73,92 dengan standar deviasi sebesar 6,831.

Gambaran Umum Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden terhadap tiga variabel, yaitu perilaku konsumtif sebagai variabel dependen, gaya hidup sebagai variabel independen, dan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang terdiri atas 20 butir pernyataan untuk variabel perilaku konsumtif serta masing-masing 19 butir pernyataan untuk variabel gaya hidup dan literasi keuangan. Penilaian jawaban responden menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Netral (N) dengan skor 3, Setuju (S) dengan skor 4, dan Sangat Setuju (SS) dengan skor 5. Data jawaban responden dirangkum berdasarkan persentase pada setiap kategori jawaban dan nilai rata-rata masing-masing variabel untuk memberikan gambaran umum mengenai kecenderungan respons responden. Ringkasan hasil statistik deskriptif ketiga variabel tersebut disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Ringkasan Distribusi Jawaban Responden pada Setiap Variabel

Variabel	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)	Rata-rata
Perilaku Konsumtif (Y)	19,17	46,21	25,46	7,29	1,88	3,74
Gaya Hidup (X)	14,53	51,63	23,88	8,00	1,96	3,69
Literasi Keuangan (Z)	21,70	53,59	18,00	5,42	1,29	3,89

Berdasarkan Tabel 2, kategori Setuju (S) memperoleh persentase tertinggi pada ketiga variabel, yaitu 46,21% untuk perilaku konsumtif, 51,63% untuk gaya hidup, dan 53,59% untuk literasi keuangan. Pada variabel perilaku konsumtif, jawaban Netral (N) menempati posisi kedua sebesar 25,46%, sedangkan pada variabel gaya hidup dan literasi keuangan, posisi tersebut ditempati oleh jawaban Netral masing-masing sebesar 23,88% dan 18,00%. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada variabel literasi keuangan sebesar 3,89, diikuti perilaku konsumtif sebesar 3,74 dan gaya hidup sebesar 3,69. Secara keseluruhan, nilai rata-rata ketiga variabel berada di atas skor netral 3, sehingga kecenderungan jawaban responden mengarah pada persetujuan terhadap pernyataan yang diberikan.

Pengujian Hipotesis Pertama

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persayaratan *statistic* yang harus dilakukan pada analisis data yang telah dikumpulkan. Sebelum melakukan uji analisis regresi linear terhadap hipotesis penelitian, terlebih dahulu perlu dilakukan uji asumsi klasik yang akan diolah terdiri dari 2 bagian yaitu:

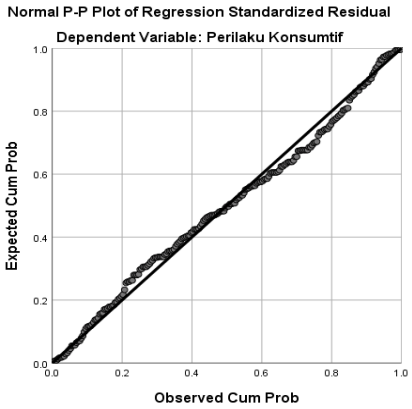
1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan melalui analisis grafik histogram dan Normal P–P Plot of Regression Standardized Residual. Normalitas dapat diindikasikan oleh pola histogram yang mendekati bentuk kurva lonceng serta titik-titik pada grafik P–P Plot yang mengikuti dan berada di sekitar garis diagonal. Berdasarkan kriteria tersebut, hasil pengujian digunakan untuk menilai apakah asumsi normalitas pada model regresi telah

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

terpenuhi. Hasil pengujian normalitas pada persamaan pertama melalui grafik Normal P–P Plot of Regression Standardized Residual disajikan pada Gambar 1 sebagai dasar untuk mengamati pola persebaran residual terhadap garis diagonal.



Gambar 1. Grafik P-P Plot Uji Normalitas Persamaan Pertama

Berdasarkan Gambar 1, grafik Normal P–P Plot of Regression Standardized Residual menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik telah mendekati dan mengikuti garis diagonal. Pola tersebut mengindikasikan bahwa residual pada persamaan pertama cenderung berdistribusi normal sebelum variabel literasi keuangan dimasukkan sebagai variabel moderasi. Untuk memperkuat hasil pengamatan secara visual, pengujian normalitas selanjutnya dilakukan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov–Smirnov untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal secara statistik. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi, yaitu apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, residual dinyatakan berdistribusi normal, sedangkan nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05 menunjukkan bahwa residual tidak memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas menggunakan metode tersebut disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji *Kolmogorov* Persamaan Pertama

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		225
Normal Parameters[a,b]	*Mean*	.0000000
	Std. Deviation	5.41609380
Most Extreme Differences	*Absolute*	.057
	Positive	.057
	Negative	-.048
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.077[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji *One-Sample Kolmogorov–Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,077. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,077 > 0,05), sehingga residual pada persamaan pertama dapat dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian,

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

asumsi normalitas pada model regresi sebelum variabel literasi keuangan dimasukkan sebagai variabel moderasi telah terpenuhi. Oleh karena itu, pengujian dapat dilanjutkan pada tahap pengujian asumsi klasik lainnya.

2. Uji Multikolinaritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antarvariabel independen. Hasil pengujian multikolinearitas pada persamaan pertama disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas Persamaan Pertama

Coefficients[a]

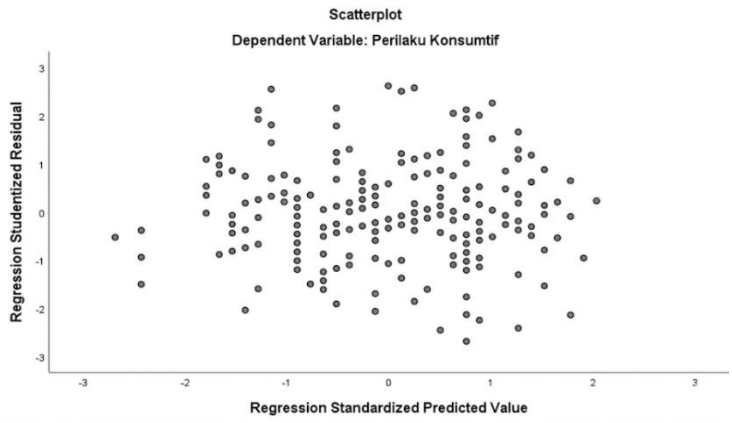
Model		*Unstandardized Coefficients* B	*Std. Error*	*Standardized Coefficients Beta*	t	Sig.	*Collinearity Statistics Tolerance*	VIF
1	*(Constant)*	31.351	3.262		9.611	.000		
	Gaya Hidup	.621	.046	.668	13.413	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Dari Tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,01 Untuk variable Gaya Hidup memiliki nilai tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terkena masalah multikolinearitas antara variabel independen. Uji multikolinearitas sebelum literasi keuangan dimasukkan (sebelum moderasi).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Pengujian pada penelitian ini menggunakan grafik scatterplot dengan mengamati pola penyebaran titik-titik residual terhadap nilai prediksi. Apabila titik-titik menyebar secara acak, berada di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi dapat dinyatakan tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot pada penelitian ini disajikan pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Grafik Scatterplot Persamaan Pertama

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

Berdasarkan *output scatterplot* pada Gambar 2 di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas sebelum literasi keuangan dimasukkan (sebelum moderasi).

b. Koefisien Determinansi (R2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Menurut Nugraha et al. (2022), nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan kemampuan penjelasan model yang lebih besar. Mengacu pada kriteria Chin (1998), nilai R-Square dikategorikan kuat apabila lebih dari 0,67, sedang apabila lebih dari 0,33 hingga 0,67, dan lemah apabila lebih dari 0,19 hingga 0,33.

Hasil pengujian koefisien determinasi pada persamaan pertama sebelum variabel literasi keuangan dimasukkan sebagai variabel moderasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,447 dan Adjusted R Square sebesar 0,444. Nilai Adjusted R Square tersebut menunjukkan bahwa variabel gaya hidup mampu menjelaskan 44,4% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 55,6% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria interpretasi yang digunakan, nilai R Square sebesar 0,447 berada dalam kategori sedang. Dengan demikian, model persamaan pertama memiliki kemampuan penjelasan pada tingkat sedang dalam menerangkan variasi perilaku konsumtif berdasarkan variabel gaya hidup.

c. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis merupakan suatu prosedur pengambilan keputusan tentang hipotesis penelitian dengan menggunakan data yang diperoleh dari sampel. Tabel 5 berikut ini adalah hasil dari analisis uji hipotesis yang telah didapatkan oleh peneliti.

Tabel 5. Uji hipotesis (Uji t)

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*		
		B	*Std. Error*	*Beta*	*t*	*Sig.*
1	(*Constant*)	31.351	3.262		9.611	.000
	Gaya Hidup X	.621	.046	.668	13.413	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Y= 43,866 + 0,486 X + e

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t yaitu :

a. Jika signifikan t > 0,05 maka hipotesis ditolak
b. Jika signifikan t < 0,05 maka hipotesis diterima
c. Jika t hitung < t tabel, maka hipotesis ditolak
d. Jika t hitung > t tabel, maka hipotesis diterima

Nilai *Coefficients* Beta menunjukkan besar pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel Gaya Hidup memiliki nilai Beta=0,621 artinya setiap kenaikan satu satuan dalam Gaya Hidup akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,621. Beta digunakan untuk membandingkan pengaruh antar variabel.

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

Nilai t statistik pada uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 13.413 lebih besar dari t tabel 1.971 dan Nilai Sig 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berpengaruh secara signifikan artinya hipotesis diterima.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi gaya hidup seseorang, maka semakin tinggi pula kemampuan individu tersebut dalam berperilaku konsumtif. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang mengatakan bahwa Terdapat pengaruh positf dan signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *Paylater* dikalangan Mahasiswa Semester 4 dan 6 Fakultas Ekonomi Universitas Nias.

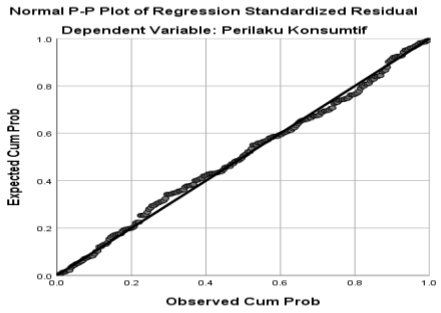
Pengujian Hipotesis Kedua

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persayaratan statistic yang harus dilakukan pada analisis data yang telah dikumpulkan. Sebelum melakukan uji analisis regresi linear terhadap hipotesis penelitian, terlebih dahulu perlu dilakukan uji asumsi klasik yang akan diolah terdiri dari 3 bagian yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian ini menggunakan metode grafik melalui histogram dan Normal P–P Plot of Regression Standardized Residual dengan mengamati pola penyebaran titik-titik terhadap garis diagonal. Apabila titik-titik pada grafik mengikuti dan berada di sekitar garis diagonal, pola tersebut mengindikasikan bahwa asumsi normalitas residual terpenuhi. Hasil pengujian normalitas menggunakan grafik P–P Plot pada penelitian ini disajikan pada gambar berikut. Pengujian normalitas dapat diamati melalui grafik histogram dan Normal P–P Plot of Regression Standardized Residual. Apabila titik-titik pada grafik P–P Plot menyebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal, pola tersebut mengindikasikan bahwa residual berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas pada persamaan kedua melalui grafik Normal P–P Plot of Regression Standardized Residual disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. P-P plot Uji Normalitas Persamaan Kedua

Berdasarkan Gambar 3, grafik Normal P–P Plot of Regression Standardized Residual menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik mendekati dan mengikuti arah garis diagonal. Pola tersebut mengindikasikan bahwa residual pada persamaan kedua

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

berdistribusi normal. Untuk memperkuat hasil pengamatan secara visual, pengujian normalitas selanjutnya dilakukan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov–Smirnov untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal secara statistik. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi, yaitu apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, residual dinyatakan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov pada persamaan kedua disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Kolmogorov Persamaan Dua

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		225
Normal Parameters[a,b]	*Mean*	.0000000
	Std. Deviation	5.29486661
Most Extreme Differences	*Absolute*	.048
	Positive	.037
	Negative	-.048
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji One-Sample Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,200 > 0,05), sehingga residual pada persamaan kedua dapat dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas pada model regresi persamaan kedua telah terpenuhi. Oleh karena itu, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap pengujian asumsi klasik lainnya.

2. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi yang tinggi antarvariabel independen. Pengujian ini dilakukan dengan mengamati nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) untuk menentukan ada atau tidaknya gejala multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas pada persamaan kedua disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Multikolinearitas Persamaan Dua

Coefficients[a]							
		Unstandardized Coefficients		*Standardized Coefficients*			*Collinearity Statistics*	
Model		*B*	*Std. Error*	*Beta*	*t*	*Sig.*	*Tolerance*	*VIF*
1	(Constant)	20.620	4.663		4.422	.000		
	Gaya Hidup	.595	.047	.640	12.750	.000	.950	1.053
	Literasi Keuangan	.170	.053	.159	3.198	.002	.967	1.034
	Interaksi	.000	.000	.017	.342	.732	.972	1.029

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

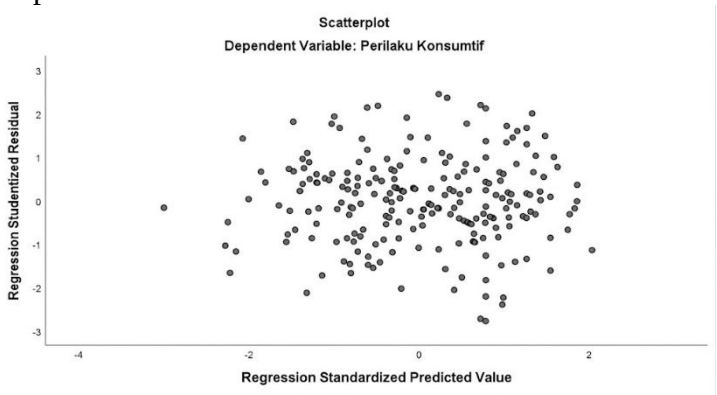
Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

Berdasarkan Tabel 7, nilai Tolerance sebesar 0,972 (> 0,01) dan VIF sebesar 1,029 (< 10) pada variabel interaksi gaya hidup dan literasi keuangan telah memenuhi kriteria pengujian multikolinearitas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada variabel yang diuji dalam model regresi persamaan kedua. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi multikolinearitas.

3. Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian ini menggunakan grafik scatterplot dengan mengamati pola penyebaran titik-titik residual terhadap nilai prediksi. Model regresi diindikasikan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta berada di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Hasil pengujian heteroskedastisitas pada persamaan kedua disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Grafik Scatterplot Persamaan Dua

Berdasarkan Gambar 4, titik-titik pada grafik scatterplot tampak menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Penyebaran titik-titik tersebut berada di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Dengan demikian, model regresi persamaan kedua diindikasikan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

b. Koefisien Determinansi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 hingga 1, dengan nilai yang semakin mendekati 1 menunjukkan kemampuan model yang semakin besar dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pada model regresi kedua, diperoleh nilai R Square sebesar 0,471 dan Adjusted R Square sebesar 0,464. Nilai Adjusted R Square tersebut menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, literasi keuangan, dan interaksi keduanya mampu menjelaskan 46,4% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 53,6% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Mengacu pada pedoman interpretasi nilai R^2 yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu lebih dari 0,33 tetapi kurang dari 0,67, kemampuan model dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif termasuk dalam kategori sedang. Dibandingkan dengan model regresi pertama yang memiliki nilai Adjusted R Square sebesar 0,444 atau 44,4%, nilai pada model regresi kedua meningkat sebesar 2 poin persentase setelah variabel moderasi literasi keuangan dan variabel interaksi dimasukkan ke dalam model.

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

c. Uji *moderated Regresion Analysis (MRA*)

Variabel moderasi dalam penelitian ini yaitu literasai keuangan yang berperan sebagai variabel yang dapat memperkuat hubunggan antara variabel independen yaitu gaya hidup terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif pengguna shopee *Paylater.* Hasil analisis regresi moderasi/AMR dapat dilihat pada Tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8. Uji *Moderated Regresion* Analysis (MRA)

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*		
		B	*Std. Error*	*Beta*	*t*	*Sig.*
1	(Constant)	20.620	4.663		4.422	.000
	Gaya Hidup X	.595	.047	.640	12.750	.000
	Literasi Keuangan Z	.170	.053	.159	3.198	.002
	Interaksi (X*Z)	.000	.000	.017	.342	.732

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Model persamaan regresi moderasi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Y = 20.620 + 0,595 X + 0,170 Z + 0,000 X*Z + e

Intraksi antara Gaya Hidup (X) dan Literasi Keuangan (Z) memiliki nilai regresi Beta sebesar 0,000 dengan standar error sebesar 0,000, tingkat signifikansi 0,732 > 0,05, selain itu nilai t hitung sebesar 0,342 < 1,971. Dimana pada hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan belum mampu memoderasi pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pengguna shopee *Paylater*. Artinya, tingkat literasi keuangan responden tersebut tidak memperkuat maupun tidak memperlemah hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *Paylater*. Dengan kata lain meskipun responden memiliki tingkat literasi keuangan yang berbeda, pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif tetap berlaku sama. Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan belum mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini menujukan bahwa hipotesis ke dua yang menyatakan wahwa Terdapat perbedaan pengaruh literasi keuangan terhadap hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumtif pengguna shopeee *Paylater* dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias ditolak.

Pembahasan

Perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee *PayLater* perlu dipahami sebagai hasil interaksi antara kecenderungan konsumsi, kemudahan transaksi digital, dan kemampuan individu mempertimbangkan konsekuensi keuangan. Fasilitas pembayaran tertunda memungkinkan mahasiswa memperoleh barang tanpa mengeluarkan seluruh dana pada saat transaksi, tetapi kemudahan tersebut tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa setiap pengguna akan berperilaku konsumtif. Leonita dan Wulandari (2024) mengkaji fitur Shopee *PayLater*, literasi keuangan, dan gaya hidup dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif berbelanja daring, sedangkan Fadhilah dan Abadi (2023) menempatkan penggunaan aplikasi belanja daring, gaya hidup, dan literasi keuangan dalam kajian perilaku konsumtif mahasiswa. Kedua penelitian tersebut menyediakan konteks pembanding untuk membaca perilaku konsumsi dalam lingkungan perdagangan digital, meskipun kesamaan topik tidak berarti hasil penelitian mereka identik dengan temuan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias.

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

Oleh karena itu, interpretasi hasil penelitian ini perlu bertumpu pada koefisien dan signifikansi statistik yang diperoleh, sekaligus mempertimbangkan konteks responden dan karakteristik penggunaan layanan pembayaran tertunda.

Gaya hidup merupakan aspek yang relevan dalam menjelaskan bagaimana mahasiswa menentukan prioritas pengeluaran dan merespons berbagai dorongan konsumsi. Preferensi terhadap tren, pengalaman berbelanja, dan orientasi pada kesenangan dapat berkaitan dengan keputusan pembelian, tetapi hubungan tersebut harus dibaca berdasarkan hasil pengujian empiris, bukan semata-mata diasumsikan dari karakteristik generasi muda. Meilani dan Kusuma (2024) mengkaji gaya hidup hedonisme dan kemudahan penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Denpasar, sementara Rarasati dan Azalia (2025) membahas gaya hidup serta perilaku pembelian daring mahasiswa generasi Z melalui perspektif *Theory of Planned Behavior*. Kedua rujukan tersebut memperluas konteks pembahasan karena memperlihatkan relevansi gaya hidup dalam kajian konsumsi digital dengan objek dan pendekatan yang berbeda. Namun, QRIS dan *Shopee PayLater* memiliki karakteristik transaksi yang tidak sepenuhnya sama, sehingga hasil penelitian tentang salah satu layanan tidak dapat langsung diterapkan pada layanan lainnya. Dalam penelitian ini, pengaruh gaya hidup harus ditafsirkan berdasarkan arah koefisien regresi, nilai signifikansi, dan indikator yang benar-benar diukur.

Literasi keuangan berhubungan dengan kemampuan individu memahami informasi keuangan, memperhitungkan kewajiban pembayaran, serta menentukan prioritas penggunaan uang. Meskipun demikian, pemahaman keuangan tidak selalu secara otomatis menghasilkan keputusan konsumsi yang terkendali karena perilaku aktual juga dapat berkaitan dengan kebiasaan, preferensi pribadi, dan situasi pembelian. Maryam dan Rahmawati (2024) membahas perilaku konsumtif mahasiswa dengan menempatkan literasi keuangan dan *electronic wallet* sebagai fokus kajian, sedangkan Yani (2025) mengangkat literasi keuangan, hedonisme, dan kontrol diri dalam penelitian mengenai perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Kedua penelitian tersebut relevan untuk menempatkan literasi keuangan bersama faktor perilaku dan penggunaan teknologi pembayaran, tetapi temuan spesifiknya perlu dibandingkan berdasarkan hasil yang dilaporkan dalam artikel asli. Jika literasi keuangan tidak mampu mengubah hubungan gaya hidup dan perilaku konsumtif dalam penelitian ini, hasil tersebut tidak serta-merta berarti literasi keuangan tidak berguna. Interpretasi yang lebih tepat ialah bahwa manfaat literasi keuangan sebagai faktor yang memengaruhi perilaku secara langsung harus dibedakan dari kemampuannya mengubah kekuatan hubungan antara dua variabel lain.

Hasil pengujian moderasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi gaya hidup dan literasi keuangan tidak signifikan, dengan nilai *t* sebesar 0,342 dan nilai signifikansi 0,732. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar daripada batas 0,05, hipotesis bahwa literasi keuangan memoderasi hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumtif tidak memperoleh dukungan statistik. Dengan demikian, pada sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias yang diteliti, belum terdapat bukti yang memadai bahwa perubahan tingkat literasi keuangan mengubah kekuatan hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumtif. Temuan ini perlu dibedakan dari pengujian pengaruh langsung gaya hidup maupun literasi keuangan, sebab keputusan mengenai signifikansi kedua pengaruh tersebut harus merujuk pada koefisien dan nilai signifikansi masing-masing dalam model regresi. Hasil interaksi yang tidak signifikan juga tidak membuktikan bahwa efek moderasi sama sekali tidak mungkin terjadi pada populasi lain; hasil tersebut menunjukkan bahwa efek tersebut tidak terdeteksi secara statistik dalam model

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

dan data penelitian ini.

Perbandingan dengan penelitian yang menggunakan susunan variabel berbeda dapat membantu menjelaskan mengapa efek moderasi tidak selalu muncul. Zein dan Sartika (2025) mengkaji literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan gaya hidup dalam penggunaan Shopee *PayLater* dengan perilaku keuangan sebagai variabel moderasi. Sementara itu, Azizah dan Murdiono (2023) menelaah gaya hidup dan literasi keuangan dalam kaitannya dengan perilaku keuangan individu, dengan tingkat pendidikan sebagai variabel moderasi. Kedua penelitian tersebut penting sebagai pembanding konseptual karena menunjukkan bahwa posisi variabel dalam suatu model menentukan pertanyaan empiris yang dijawab. Variabel yang berfungsi sebagai moderator dalam satu penelitian tidak otomatis mempunyai fungsi yang sama dalam model lain, terlebih ketika variabel terikat, karakteristik responden, dan konteks penelitian berbeda. Oleh sebab itu, perbandingan dengan kedua sumber tersebut sebaiknya diarahkan pada perbedaan model dan mekanisme yang diuji, bukan pada klaim bahwa hasilnya mendukung atau bertentangan dengan penelitian ini sebelum temuan empiris masing-masing diverifikasi.

Perilaku konsumtif juga dapat dikaji dalam kaitannya dengan kesenjangan pemahaman keuangan, kendali pribadi, dan kecenderungan mencari kepuasan melalui konsumsi. Miranda dan Nuryana (2026) membahas kesenjangan literasi keuangan dan *locus of control* dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif pengguna *PayLater*, sedangkan Gaol dan Tanjung (2026) mengkaji fitur *Buy Now, Pay Later* (*BNPL*) serta *impulsive buying* dalam hubungannya dengan tekanan keuangan melalui gaya hidup hedonis pada generasi Z. Kedua rujukan tersebut memperluas perspektif pembahasan karena mengangkat faktor psikologis dan konsekuensi keuangan yang berkaitan dengan penggunaan layanan pembayaran tertunda. Namun, perilaku konsumtif, pembelian impulsif, dan tekanan keuangan merupakan konstruk yang berbeda, sehingga ketiganya tidak dapat diperlakukan sebagai ukuran yang saling menggantikan. Apabila penelitian ini tidak mengukur *locus of control*, pembelian impulsif, atau tekanan keuangan, faktor-faktor tersebut hanya dapat disampaikan sebagai kemungkinan penjelas untuk penelitian selanjutnya, bukan sebagai penyebab yang telah terbukti pada responden penelitian ini.

Kamil et al. (2024) mengkaji gaya hidup dan literasi keuangan dalam penggunaan sistem *PayLater* serta kaitannya dengan perilaku pengeluaran, sehingga relevan untuk menempatkan hasil penelitian ini dalam pembahasan yang lebih luas mengenai keputusan finansial pada transaksi digital. Secara keseluruhan, sebelas rujukan yang dibahas memperlihatkan keragaman fokus, mulai dari perilaku konsumtif mahasiswa, gaya hidup hedonis, penggunaan instrumen pembayaran digital, hingga peran faktor psikologis dan keuangan. Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pengujian secara khusus apakah literasi keuangan mengubah hubungan gaya hidup dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias, dengan hasil interaksi yang belum signifikan secara statistik. Secara praktis, hasil tersebut memberikan alasan bagi program edukasi keuangan untuk tidak hanya menekankan pengetahuan mengenai anggaran dan kewajiban pembayaran, tetapi juga mendorong evaluasi kebutuhan, pengendalian keputusan pembelian, dan pertimbangan sebelum menggunakan fasilitas pembayaran tertunda. Meskipun demikian, efektivitas pendekatan edukasi tersebut belum diuji secara langsung dalam penelitian ini, sehingga rekomendasi tersebut merupakan implikasi praktis yang perlu diuji lebih lanjut, bukan kesimpulan kausal dari data yang tersedia.

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias pengguna Shopee *PayLater*. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kecenderungan gaya hidup berkaitan dengan pola konsumsi mahasiswa dalam menggunakan layanan pembayaran tertunda. Literasi keuangan juga menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan dalam model penelitian, tetapi pengujian interaksi tidak memberikan bukti yang memadai bahwa literasi keuangan memoderasi hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif. Dengan demikian, kemampuan memahami aspek keuangan tidak dapat langsung diartikan sebagai faktor yang memperlemah atau memperkuat hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada responden yang diteliti. Hasil ini menegaskan perlunya membedakan pengaruh langsung suatu variabel dari perannya sebagai moderator ketika menafsirkan perilaku konsumsi dalam lingkungan transaksi digital.

Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa untuk mengevaluasi prioritas belanja, memahami kewajiban pembayaran, dan mempertimbangkan kemampuan finansial sebelum menggunakan Shopee *PayLater*. Institusi pendidikan juga dapat mengembangkan edukasi keuangan yang menggabungkan pemahaman pengelolaan uang dengan pengambilan keputusan konsumsi yang lebih terencana. Meskipun demikian, hasil penelitian perlu ditafsirkan sesuai dengan karakteristik responden, variabel yang diukur, dan cakupan penelitian, sehingga tidak dapat digeneralisasikan secara otomatis kepada seluruh mahasiswa atau pengguna layanan *PayLater*. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan responden dari institusi dan wilayah yang lebih beragam serta menguji faktor lain, seperti kontrol diri, pengaruh teman sebaya, dan pembelian impulsif, untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai perilaku konsumtif. Penggunaan pendekatan longitudinal atau metode campuran juga dapat dipertimbangkan untuk menelaah perubahan perilaku konsumsi dan alasan di balik keputusan mahasiswa menggunakan fasilitas pembayaran tertunda.

DAFTAR PUSTAKA

Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan sikap keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna Shopee PayLater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, *4*(3), 696–705. https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197

Atmaja, R. M., & Susanti, A. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna Shopee di Solo. *JAB*, *8*(1), 57–66. https://journal.uyr.ac.id/index.php/JAB/article/view/57-66

Avivi Hilwana, A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Pay Later: Peran moderasi kontrol diri pada Generasi Z. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, *3*(1), 422–437. https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/2118

Azizah, L. H., & Murdiono, A. (2023). Effect of lifestyle and financial literacy on financial behavior of individuals with level of education as moderating variables. In *BISTIC: Business Innovation Sustainability and Technology International Conference (BISTIC 2023)* (pp. 87–92). Atlantis Press. https://www.atlantis-press.com/proceedings/bistic-23/125994727

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

Chandra, A. A., & Siregar, Q. R. (2025). Peran literasi keuangan sebagai variabel intervening dalam pengaruh gaya hidup dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. *Mandiri: Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 4*(1), 29–41. https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jak/article/view/716

Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh penggunaan aplikasi belanja online, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, *16*(2), 141–156. https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-applied-management/article/view/4293

Gaol, C. L., & Tanjung, A. A. (2026). The influence of Buy Now, Pay Later (BNPL) features and impulsive buying on financial distress among Generation Z through a hedonic lifestyle. *Jurnal Economina, 5*(8), 4929–4947. https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/3594

Hesti, M. S., Wahyono, H., & Suharsono, N. (2026). The effect of individual modernity, financial literacy, and technology adoption on consumptive behavior with lifestyle as an intervening variable among college students in Malang City. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 9*(1), 1163–1181. https://e-journal.uac.ac.id/index.php/iijse/article/view/8558

Khaerunisa, R., Fanther, R., & Sukardi, D. (2024). Konsumtif pengguna Shopee PayLater pada Generasi Z (studi kasus pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Akuntansi & Bisnis, 10*(1), 57–67. https://journal.uyr.ac.id/index.php/JAB/article/view/678/0

Kamil, I., Ariani, M., & Irawan, I. A. (2024). The influence of lifestyle and financial literacy on online PayLater system and its impact on spending behavior. *Journal of Economics and Business Letters, 4*(2), 51–62. https://journal.privietlab.org/index.php/JEBL/article/view/285

Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh fitur Shopee PayLater, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee (studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Program Studi Manajemen angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 13*(2), 554–566. https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657

Maryam, S., & Rahmawati, E. D. (2024). Perilaku konsumtif mahasiswa: Peran literasi keuangan dan *electronic wallet*. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa, 2*(4), 1009–1015. https://ejurnal.kampusakademik.my.id/index.php/jipm/article/view/384

Meilani, I. G. A. R., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonisme dan kemudahan penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar. *Accounting Research Unit (ARU Journal), 5*(1), 1–10. https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/mutiara/article/view/13645

Miranda, A., & Nuryana, I. (2026). Dampak kesenjangan literasi keuangan dan locus of control terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), 14*(1), 58–71. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/73065

Ningsih, A., Suhar, & Rusliani, H. (2022). Peran Masyarakat Ekonomi Syariah dalam meningkatkan literasi keuangan syariah Provinsi Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika, 1*(2), 112–119. https://journalcenter.org/index.php/jupumi/article/view/701

Pratiwi, D. M., & Ni'am, Z. B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Shopee Paylater terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa.

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661

CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
Vol. 6, No. 4, Agustus-Oktober 2026
e-ISSN : 2774-4183 | p-ISSN : 2774-8030
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia

Economics and Digital Business Review, *4*(1), 352-363. https://ojs.vifada.id/index.php/ecotal/article/view/509

Rarasati, I., & Azalia, A. N. F. (2025). Analisis gaya hidup dan perilaku pembelian online mahasiswa Generasi Z dalam perspektif Theory of Planned Behavior. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, *27*(4), 724–740. https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/3581

Siddiqi, M. F., & Sari, E. N. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater bagi mahasiswa Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid. *Riggs: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(3), 3597–3603. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2305

Wulandari, D., Muftiyanto, R. T. N., & Suyatno, A. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, *2*(3), 230–239. https://doi.org/10.61132/rimba.v2i3.1155

Yani, S. T. (2025). The effect of financial literacy, hedonism, and self-control on the consumptive behavior of students in the Faculty of Economics and Business. *Al-Muwazanah: Indonesian Journal of Islamic Economics*, *1*(2), 94–106. https://journal.zmsadra.or.id/index.php/ijie/article/view/110

Zein, A. Z., & Sartika, F. (2025). Financial literacy, consumptive behavior, and lifestyle on the use of Shopee PayLater with the moderating role of financial behavior. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, *8*(2), 5910–5927. https://e-journal.uac.ac.id/index.php/iijse/article/view/6017

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan
https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i4.15661