

Pengaruh Financial Management Behavior

by Perpustakaan Referensi

Submission date: 27-Apr-2025 11:45AM (UTC+0700)

Submission ID: 2657954196

File name: Paper_Harjanti,_Nur,_Noerchoidah,_Sahetapy_Cek3.docx (118.34K)

Word count: 4257

Character count: 28581

Pengaruh Financial Management Behavior, Lifestyle, dan Self-Control terhadap Impulsive Buying Pengguna Buy Now Pay Later

ABSTRACT

This research investigates the adoption of Buy Now Pay Later (BNPL), a deferred payment service that allows consumers to acquire products immediately and settle the payment at a later date. The study focuses on how individuals' financial management practices and lifestyle choices influence impulsive buying behavior, with self-control examined as a moderating factor. Employing a quantitative methodology, data were gathered from 205 respondents who met specific criteria, and analyzed using Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that both financial habits and lifestyle patterns play a significant role in encouraging impulsive purchases. Moreover, self-control is found to moderate the strength of these relationships. These insights contribute to a broader understanding of behavioral and psychological influences behind impulsive consumption in the context of BNPL services. Future investigations are recommended to incorporate additional variables such as financial and digital literacy to deepen the analysis of contemporary consumer financial behavior.

Keywords : Buy Now Pay Later; Financial Management Behavior; Impulsive Buying; Lifestyle; Self-Control.

ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki adopsi *Buy Now Pay Later* (BNPL), sebuah layanan pembayaran ditangguhkan yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan produk dengan segera dan menunda pembayaran di kemudian hari. Penelitian ini berfokus pada bagaimana praktik manajemen keuangan dan pilihan gaya hidup individu memengaruhi perilaku pembelian impulsif, dengan kontrol diri yang diteliti sebagai faktor moderasi. Dengan menggunakan metode kuantitatif, data dikumpulkan dari 205 responden yang memenuhi kriteria tertentu, dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan keuangan dan pola gaya hidup memainkan peran penting dalam mendorong pembelian impulsif. Selain itu, pengendalian diri ditemukan memoderasi kekuatan hubungan ini. wawasan ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih luas tentang pengaruh perilaku dan psikologis di balik konsumsi impulsif dalam konteks layanan BNPL. Investigasi di masa depan direkomendasikan untuk memasukkan variabel tambahan seperti literasi keuangan dan digital untuk memperdalam analisis perilaku keuangan konsumen kontemporer.

Kata Kunci : Gaya Hidup; Impulsive Buying; Kontrol Diri; PayLater; Perilaku Pengeluaran Keuangan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah mendorong berbagai sektor untuk

bertransformasi ke arah digital, termasuk layanan keuangan. Berbagai bentuk digitalisasi seperti e-wallet, e-commerce, dan

QRIS hadir untuk mempercepat dan mempermudah proses transaksi, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Fahriannadi et al., 2022). Di Indonesia, pertumbuhan sektor ¹⁵ritel dan e-commerce sangat signifikan. Menurut laporan e-Commerce SEA yang diterbitkan oleh Google, Temasek, dan ¹⁶Uzin & Company (2022), pada tahun 2022 nilai ekonomi digital di Indonesia mencapai USD 77 miliar dan diperkirakan akan meningkat menjadi USD 130 miliar pada tahun berikutnya. Salah satu inovasi model dalam sektor teknologi finansial adalah layanan Buy Now Pay Later (BNPL), yakni metode pembayaran digital yang memberikan fleksibilitas kepada konsumen untuk melakukan pembelian terlebih dahulu dan melunasi pembayaran secara manual di waktu berikutnya (Pratiwi & Fitma, 2021).

BNPL semakin diminati karena dianggap lebih praktis dibandingkan cara kredit, dengan tingkat kemudahan akses yang tinggi (RISEID, 2020). Hal ini berdampak pada meningkatnya aktivitas konsumsi masyarakat, termasuk perilaku impulsive buying. Konsumen terdorong membeli barang secara spontan tanpa perencanaan, yang dalam jangka panjang dapat menyebabkan konsumsi berlebihan dan menurunkan kesejahteraan (Pereira, Heath & Ch²¹akris, 2021). Impulsive buying sendiri dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti gaya hidup dan faktor internal seperti perilaku keuangan dan kontrol diri (Fogel et al., 1973; Roberts & Manolis, 2012). Di Indonesia, fenomena ini tergolong tinggi, sebagaimana ditunjukkan oleh survei Populix yang mencatat bahwa 40% masyarakat melakukan pembelian secara impulsif (Melina, 2023).

Berbagai penelitian menyatakan bahwa individu dengan perilaku manajemen keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengontrol impulsive buying karena memiliki perencanaan dan tanggung jawab keuangan

yang tinggi (Agaben & Barida, 2022; Kamel et al., 2023). Gaya hidup juga berpengaruh pada dorongan perilaku konsumtif, akibat adanya kecenderungan individu untuk memperahankan citra sosial dan memenuhi kebutuhan emosional (Hacullah et al., 2023). Selain itu, *self-control* menjadi kunci penting dalam membatasi dorongan impulsif. Individu yang memiliki kemampuan mengendalikan diri akan mampu menahan keinginan sesaat demi tujuan jangka panjang, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan (Tangney et al., 2000; China, 2022; Sari & Wulandari, 2023).

Meskipun telah banyak studi yang membahas masing-masing variabel secara terpisah, masih sedikit penelitian yang menggabungkan ketiganya dalam satu model utuh, khususnya ¹⁶dalam konteks pengguna layanan BNPL di Indonesia. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif ³⁰terhadap pengaruh perilaku pengelolaan keuangan dan gaya hidup terhadap pembelian impulsif, dengan *self-control* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur mengenai perilaku keuangan konsumen digital dan memberikan masukan praktis bagi pengelola fintech dalam merancang strategi edukasi keuangan yang lebih efektif.

LANDASAN TEORI

Impulsive Buying ⁷

Impulsive buying mengacu pada ⁷pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya, sering kali dipicu oleh dorongan emosional, promosi, atau pengaruh lingkungan saat berada di toko (Cobb & Hoyer, 1986; Loh et al., 2020). Pembelian impulsif dapat dikategorikan ke dalam empat jenis, yaitu *pure impulsive* (pembelian tanpa rencana karena dorongan sesaat), *reward impulsive* (pembelian yang dilakukan setelah melihat diskon dan teringat kebutuhan), *suggestion impulsive* (pembelian

karena pengaruh promosi atau orang lain), dan *planned impulse* (pembelian pengganggu dari produk yang direncanakan) (Utami, 2010). Roux (1987) menjelaskan bahwa *impulsive buying* dipengaruhi oleh aspek psikologis seperti spontanitas, dorongan kuat atau paksaan, keinginan yang muncul karena rangsangan, dan ketidakpedulian terhadap konsekuensi. Selain itu, faktor eksternal dan personal juga berpengaruh, antara lain kondisi emosi dan suasana hati, lingkungan sosial, strategi toko atau promosi penjual, serta kontrol diri individu (Louden & Bata, 1993). Untuk mengukur perilaku impulsif ini, Utami (2010) mengidentifikasi empat indikator utama, yaitu spontanitas, kebutuhan dan intensitas dorongan, rasa senang dan stimulasi, serta sikap mengabaikan konsekuensi dari tindakan pembelian yang dilakukan.

Financial Management Behavior

Financial management behavior merujuk pada perilaku seseorang dalam mengelola keuangannya secara keramahan dan bertanggung jawab, yang lahir dari integrasi antara teori psikologi dan ekonomi untuk menjelaskan keputusan keuangan yang tidak rasional (Hayes, 2021). Menurut Xiao (2008), perilaku ini mencakup aktivitas merencanakan, mengelola, memperhaluskan, hingga menyimpan dana. Rafimo (2020) menambahkan bahwa perilaku ini mencerminkan tanggung jawab dalam penggunaan aset secara efisien. Dew dan Xiao (2011) mengukur *financial management behavior* melalui empat indikator, yaitu *consciousness* (kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan), *cash-flow* (kemampuan mengatur pemasukan dan pengeluaran), *save and investment* (menyisihkan dan mengelola dana untuk masa depan), serta *credit management* (mengelola uang secara bijak).

Lifestyle

Lifestyle atau gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin dari

aktivitas, minat, kebiasaan dalam menggunakan uang, serta cara seseorang mengatur waktu (Palungan & Febrity, 2018; Henwati et al., 2019). Gunawan et al. (2020) menjelaskan bahwa *lifestyle* adalah pilihan hidup yang berkaitan dengan aktivitas, minat, sikap, pola konsumsi, dan dampak seseorang. *Lifestyle* juga merepresentasikan pola konsumsi yang menunjukkan preferensi seseorang dalam memilih aktivitas dan produk yang sesuai dengan cara hidupnya (Rahma et al., 2022; Desty et al., 2022). Untuk mengukur *lifestyle*, Engel et al. (1994) dalam Krisdayanti (2020) menggunakan tiga indikator utama, yaitu *action* (aktivitas nyata yang dilakukan individu), *interest* (minat atau ketertarikan yang memberi perhatian khusus secara terus-menerus), dan *opinion* (pendapat atau tanggapan individu terhadap suatu rangsangan).

Self-Control

Self-control merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan emosi, motivasi, dan perilaku agar dapat bertindak secara tepat dalam menghadapi tantangan atau godaan. Hurlock (2006) menjelaskan bahwa *self-control* menjadi pembatas dalam penghilasan emosi, penyelesaian masalah, dan pengembangan kompetensi. Tiba (2013) menambahkan bahwa *self-control* mencakup keterampilan mengatur, mengarahkan, dan mengelola perilaku ke arah yang positif. Sementara itu, menurut Wilens et al. (2019), *self-control* merupakan juga kemampuan menahan dorongan internal yang tidak diperlukan, yang berkaitan dengan aspek fisiologis dan psikologis seseorang. Dalam mengukur *self-control*, digunakan tiga indikator dari Avenell (1973) dalam Ghazien dan Khasawia (2018), yaitu *behavior control* (kemampuan mengendalikan situasi melalui perilaku diri), *cognitive control* (kemampuan mengedukasi dan memfilter informasi yang tidak diperlukan untuk mereduksi stres), dan *decisional control* (kemampuan dalam

mengambil keputusan rasional atas situasi yang dihadapi).

Hubungan Financial Management Behavior dengan Impulsive Buying (BNPL User)

Studi yang dilakukan oleh Agahon dan Bastida (2022) menunjukkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu dengan manajemen keuangan yang baik justru memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk melakukan pembelian secara impulsif. Hal ini diperkuat oleh temuan Bagozi (1994) dalam Agahon dan Bastida (2022) bahwa impulsive buying dipengaruhi oleh tiga faktor kepribadian umum, yaitu kurangnya kontrol diri, rendah terhadap stres, dan angan-angan keuangan. Wulandari dan Aciba (2018) juga menemukan bahwa aspek *financial attitude*, *financial practice*, dan *financial knowledge* secara signifikan memengaruhi *impulsive buying*. Selain itu, menurut Lusani (2009) dalam Agahon dan Bastida (2022), individu dengan kondisi keuangan yang lebih stabil atau meningkat cenderung mengalami perubahan preferensi konsumsi yang mendukung peningkatan aktivitas belanja.

Hubungan Lifestyle dengan BNPL User Impulsive Buying

Impulsive Buying merupakan pembelian yang tidak terencana dan sering kali bersifat konsumtif, terutama dengan adanya layanan BNPL yang mendorong perilaku konsumsi untuk memenuhi gaya hidup. Sanosi dan Setiawan (2022) menemukan bahwa gaya hidup modern pada pengguna Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Hal serupa juga dikemukakan oleh Ruzqilah et al. (2020) yang menjelaskan bahwa minat terhadap hobi atau fashion dapat mendorong pembelian tidak terencana. Selain itu, Dedy et al. (2022) juga menyatakan bahwa gaya hidup

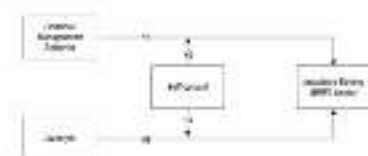
dalam berbelanja berkontribusi terhadap *impulsive buying*.

Hubungan Financial Management Behavior dan BNPL User Impulsive Buying dengan moderasi Self Control

Self-control berperan penting sebagai moderator pada hubungan antara *financial management behavior* dan *impulsive buying*. Bagozi (1994) dalam Agahon dan Bastida (2022) menjelaskan bahwa kurangnya kontrol diri (*lack of control*) menjadi salah satu faktor yang mendorong perilaku konsumtif impulsif. Sari dan Wulandari (2023) juga menemukan bahwa individu dengan tingkat *self-control* tinggi memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Sebaliknya, menurut Alevis dan Yap (2013), individu yang impulsif cenderung mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan, yang menunjukkan bahwa *self-control* dapat memperkuat hubungan antara pengelolaan keuangan dan perilaku pembelian impulsif.

Hubungan Lifestyle dan BNPL User Impulsive Buying dengan moderasi Self Control

Penelitian Apidana dan Kholidah (2022) menunjukkan bahwa *self-control* berperan sebagai variabel moderasi yang mampu menahan pengaruh *lifestyle* terhadap *impulsive buying* pada individu dengan kontrol diri yang baik cenderung mampu mengendalikan dorongan untuk berbelanja secara impulsif, meskipun memiliki gaya hidup konsumtif. Hal ini diperkuat oleh Chusmanan (2015) dalam Apidana dan Kholidah (2022), yang menyatakan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang, semakin besar dorongan untuk memenuhi keinginan tersebut, sehingga dibutuhkan kontrol diri yang kuat untuk menjaga perilaku keuangan yang sehat.



Gambar 1
Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif primer dengan data yang dikumpulkan dalam rentang skala nominal hingga interval (Azwar, 2017). Subjek penelitian mencakup pengguna e-commerce di Indonesia yang memiliki pengalaman menggunakan layanan BNPL. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling* non probabilitas. Berdasarkan rumus Lemeshow, jumlah minimum responden yang dibutuhkan adalah 98,04 orang (Ferdinand, 2014), namun total partisipan yang sesuai dengan kriteria penelitian ini berjumlah 205 responden. Variabel yang digunakan terdiri dari *impulsive buying* sebagai variabel dependen, *financial management behavior* dan *lifestyle* sebagai variabel independen, serta *self-control* sebagai variabel mediasi (Sugiyono, 2018). Definisi operasional variabel meliputi *financial management behavior* yang diukur melalui indikator *consumption*, *cash-flow*, *saving & investment*, dan *credit management* (Dew & Xiao, 2011); *lifestyle* melalui indikator *activity*, *interest*, dan *opinion* (Fugle et al., 1973) dalam Kridayanti, 2020; *self-control* melalui *kontrol perilaku*, *kontrol kognitif*, dan *kontrol kepantasan* (Avenil dalam Gitafron & Risnawati, 2018); serta *impulsive buying* yang dilihat dari *spontaneous*, *intensive*, *legitimasi*, dan *ketidakspek* (Umi, 2010). Pengumpulan data dilakukan melalui *kuasi* online menggunakan *Google Form* yang diukur dengan skala Likert. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan melalui metode PLS-SEM dengan bantuan software SmartPLS.

mencakup uji validitas, reliabilitas, koefisien determinasi, serta uji *t* statistik (Ghozali, 2015; Tasakel & Dennick, 2011; Hair et al., 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Berdasarkan hasil pengisian data pada penelitian ini, diketahui bahwa dari total 205 responden, mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 119 orang atau 58%, sedangkan laki-laki berjumlah 86 orang atau 42%. Mayoritas responden berada pada rentang usia 17–25 tahun, yaitu sebanyak 88 orang (43%), disusul oleh kelompok usia 26–35 tahun sebanyak 81 orang (40%). Berdasarkan pekerjaan, responden paling banyak berasal dari kalangan karyawan swasta sebanyak 64 orang (31%), disusul oleh pelajar sebanyak 48 orang (23%) dan wiraswasta sebanyak 45 orang (22%). Platform e-commerce paling sering digunakan adalah Shopee (64%), dengan kategori barang terbanyak yang dibeli adalah fashion (48%). Sebagian besar responden (31%) memiliki penghasilan bulanan antara Rp500.001–Rp1.000.000. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna BNPL di e-commerce mayoritas adalah kelompok usia muda, berpenghasilan tetap, dan fokus pada pembelian fashion.

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel

Uji validitas dan reliabilitas merupakan langkah penting dalam evaluasi outer model. Uji validitas mengukur sejauh mana konstruk mencerminkan konstruk yang diukur. Validitas konvergen tercapai jika indikator konstruk memiliki korelasi tinggi dan *factor loading* > 0,7 (Hair et al., 2020), dengan *AVE* > 0,5 menunjukkan validitas yang baik. Uji reliabilitas mengukur konsistensi jawaban responden, dengan

Cronbach Alpha > 0,6 menunjukkan konsistensi yang baik (Irwanto & Dennick, 2011). Selain itu, Composite Reliability (CR) > 0,8 menunjukkan reliabilitas tinggi (Chin, 1998 dalam Latan dan Ghazali, 2012).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's	Composite reliability	Average Variance Extracted (AVE)
FMD	0,949	0,957	0,716
ID	0,957	0,961	0,781
LS	0,940	0,954	0,806
SC	0,949	0,959	0,756

Berdasarkan Tabel 1, seluruh variabel dalam penelitian ini—FMD, ID, LS, dan SC—memperoleh nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6, mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang memadai (Irwanto & Dennick, 2011). Selain itu, nilai composite reliabilitasnya tiap variabel melebihi angka 0,8, menunjukkan bahwa konstruk dalam model tergolong sangat kuat sesuai kriteria yang diusulkan oleh Chin (1998 dalam Latan & Ghazali, 2012). Uji validasi konvergen dilakukan menggunakan nilai Average Variance Extracted (AVE), dan semua variabel memperoleh nilai di atas 0,5, yang berarti telah memenuhi standar validitas konvergen (Hair et al., 2006). Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi kriteria valid dan reliabel.

Evaluasi Inner Model

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R -square dilakukan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R -square maka variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

Tabel 2. Hasil Uji R -square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Impulsive Buying (IBB)	0,926	0,924

Berdasarkan data tersebut, nilai R -Square sebesar 0,926 menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 92,6%, sementara 6,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 3. Uji Hipotesis

	F-Statistic	T-Statistic	P-Value
FMD → IBB	0,932	10,167	0,000
LS → IBB	0,350	5,552	0,001
FMD x SC → IBB	0,254	2,351	0,001
LS x SC → IBB	0,325	2,265	0,024

Pembahasan

Pengaruh *Financial management behavior* terhadap *impulsive buying* (BNPL user)

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pengguna BNPL, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan koefisien sebesar 0,843. Temuan ini sejalan dengan Agah dan Bastida (2022) serta Wulandari dan Adito (2018) yang menyatakan bahwa perilaku pengelolaan keuangan yang baik dapat meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif. Menurut Lusardi (2006) dalam Agah dan Bastida (2022), meningkatnya pendapatan dapat mengubah preferensi konsumsi seseorang.

Individu dengan perilaku manajemen keuangan yang baik biasanya memiliki kontrol atas pengeluaran, tabungan, dan pendapatan

mereka. Oleh karena itu, mereka merasa lebih aman secara finansial dan tidak terlalu khawatir jika sewaktu-waktu melakukan pembelian di luar rencana. Rasa aman ini bisa membuat mereka lebih positif terhadap keinginan sesat dan keinginan impulsif. Dengan demikian, H1 dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh *Lifestyle* terhadap *impulsive buying* (BNPL user)

Hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif di kalangan pengguna BNPL, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05) dan koefisien sebesar 0.345. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Samsi dan Setiawan (2022) serta Desty et al. (2022), yang menyimpulkan bahwa gaya hidup turut mendorong kecenderungan konsumen untuk berbelanja secara impulsif. Itaqulh et al. (2023) juga menambahkan bahwa individu dengan minat atau hobi tertentu cenderung melakukan pembelian tanpa perencanaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memengaruhi cara seseorang berbelanja, dan H2 diterima karena *lifestyle* memiliki pengaruh positif terhadap *impulsive buying behavior*.

Pengaruh *Financial Management Behavior* dan *BNPL User Impulsive Buying* dengan *moderator Self Control*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-control* secara signifikan memoderasi pengaruh *financial management behavior* terhadap *impulsive buying* pengguna BNPL, dengan nilai signifikansi 0.001 (< 0.05) dan koefisien -0.116 yang menunjukkan arah hubungan negatif. Artinya, semakin tinggi *self-control*, maka semakin rendah

kecenderungan seseorang melakukan *impulsive buying* meskipun memiliki perilaku keuangan yang baik. Temuan ini sejalan dengan Sari dan Wulandari (2023) yang menyatakan bahwa *self-control* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*, serta Alena dan Yap (2013) yang mengungkapkan bahwa individu impulsif cenderung bermasalah dalam pengelolaan keuangan. Dengan demikian, H3 diterima karena *self-control* terbukti memoderasi pengaruh *financial management behavior* terhadap *impulsive buying behavior*.

Pengaruh *Lifestyle* dan *BNPL User Impulsive Buying* dengan *moderator Self Control*

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa *self-control* secara signifikan memoderasi hubungan antara gaya hidup dan pembelian impulsif pada pengguna BNPL, dengan nilai P sebesar 0.024 (< 0.05) dan koefisien positif 0.080. Artinya, semakin tinggi tingkat pengendalian diri, semakin kuat pengaruh gaya hidup terhadap kecenderungan berbelanja impulsif. Temuan ini berbeda dengan penelitian Apidana dan Kholifah (2023), yang menemukan bahwa *self-control* berperan sebagai variabel intervening, serta berlawanan dengan Utami dalam Yodan et al. (2022) dan Hirselman dalam Jodan (2022), yang menemukan bahwa *self-control* dapat menahan pembelian impulsif. Namun, hasil ini sejalan dengan Kumala et al. (2024), yang menyatakan bahwa *self-control* tidak selalu mampu mengontrol perilaku impulsif, karena konsumen cenderung mengikuti iklan dan terpengaruh oleh promosi. Dengan demikian, H4 diterima karena *self-control* dapat memoderasi pengaruh *lifestyle* terhadap *impulsive buying*.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna layanan Buy Now Pay Later (BNPL). Selain itu, self-control terbukti secara signifikan memoderasi hubungan tersebut, yang mengindikasikan bahwa individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung lebih mampu menahan dorongan untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Hasil ini menegaskan pentingnya peningkatan kesadaran akan pengelolaan keuangan pribadi serta pengendalian diri sebagai upaya untuk mengurangi kecenderungan konsumtif, terutama di tengah kemudahan bertransaksi yang ditawarkan oleh sistem BNPL dalam ekosistem digital saat ini.

Penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan, yaitu terbatas pada variabel-variabel tertentu serta objek penelitian yang hanya mencakup pengguna *e-commerce* dengan sistem BNPL di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian berikutnya direkomendasikan untuk memperkaya variabel lain seperti *financial education* guna melihat pengaruh pemahaman finansial terhadap perilaku impulsif. Selain itu, perluasan kriteria responden dan objek penelitian juga disarankan agar hasilnya lebih general dan mendalam. Bagi perusahaan *e-commerce*, temuan ini dapat menjadi acuan dalam merancang kebijakan promosi dan sistem BNPL yang lebih bertanggung jawab, seperti memperkuat kriteria pendanaan guna meminimalkan risiko gagal bayar akibat pembelian impulsif.

DAFTAR PUSTAKA

Agibon, M. D., & Bastida, G. (2022). Financial Management and Saving Behavior of DEPED Division Personnel As Mediated By Impulse Buying. *International Journal of Research in Education*

Humanities and Commerce, 65(05).

- Andriyani, P., & Sulistyowati, A. (2021). Analisis pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Tingkat Pendidikan terhadap Perilaku Keuangan Pelaku Usaha Kaki/Waring Makanan di Desa Bahagia Kabupaten Bekasi. *Almasi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 61–70.
- Apidana, Y. H., & Khalifah, K. (2022). Peran self control dalam memoderasi pengaruh hedonic motives dan shopping lifestyle terhadap impulse buying. *Journal of Digital Business and Management*, 1(1), 26–40.
- Aulia, I. N., Suryadi, F., & Softri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2010–2020.
- Azwan, S. (2017). Metode Penelitian Psikologi.
- Ayuningsya, M. F., & Irawan, A. (2021). The influence of financial literacy on bandung generation z consumers impulsive buying behavior with self-control as mediating variable. *Advances International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 155–171.
- Bank Indonesia. (2020). Mengenal Finansial Teknologi. https://www.bi.go.id/dedukasi/Pages/mengenal_Financial_Teknologi.aspx.
- Daidiono, B. (2020). Analisis Financial Knowledge, Financial Attitude, Income, Locus of Control, Financial Management Behavior Masyarakat Kota Kediri. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 284–295.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural

- Equation Modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Desty, I. D., Wijayanti, H., & Purwaningrum, T. (2022). Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement dan hedonic shopping value terhadap impulse buying pembelian hijab merek rabbani di kecamatan sewoo kabupaten punorego pada masa pandemi. *Business Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 331–343.
- Di Loo, G., & Sarstedt, F. Statistical significance: P value, 0.05 threshold, and applications to radiomics—reasons for a conservative approach. *Eur. Radiol. Exp.* 2020, 4, 1.
- DSInnovate, "Indonesia: Pavlater Ecosystem Report 2021," 2021.
- Elnisa, D. R. (2022). Kemampuan Self Control Mahasiswa Ditinjau dari Perilaku Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 001–019.
- Fengel, J. F., Kotler, D. T., & Blackwell, R. D. (1973). *Consumer behavior* 2nd edition. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis dan disertasi ilmu manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google, Temasek, and Bain&Co. (2022). Through the waves, towards a sea of opportunity.
- Ghufron, M. N., dan RizaWita. (2018). Teori-teori psikologi. *Ar-Ran Media*, Hal 29-31.
- Halimatussakdiyah, H., Martono, S., & Sudarna, K. (2019). Influence of Life Style and Financial Literacy to Consumptive Behavior through Self-Control of Unisma FEB College Students Jepara. *Journal of Economic Education*, 8(1), 75–86.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2020). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Herawati, H., Pranjati, S. D. W., & Kandyas, K. (2019). Predicted purchasing decisions from lifestyle, product quality and price through purchase motivation. *Journal of Economic Education*, 8(1), 1–11.
- Herska, E. I., Nastasia, K., & Kurniawan, H. (2020). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Gaya Hidup Hedonisme Remaja di Kalor. *Psyche 165 Journal*, 1–9.
- Insights (Wearesocial). (2021). *Indonesia Digital Report 2021*. <https://india.link/insightsiawe-and-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Itaqullah, N., Madjid, R., & Sulman, N. R. (2020). The effects of mobile marketing, discount, and lifestyle on consumers' impulse buying behavior in online marketplace. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 1569–1577.
- Juta, V., Pujani, V., Rahm, R., & Rahayu, R. (2023). Understanding Impulsive Buying Behaviour Among Buy Now Pay Later (BNPL) Users and Its Implication for Overconsumption and the Environment. *Management Analysis Journal*, 12(4), 432–440. <http://ojs.umes.ac.id>

- Kamil, I., Arsan, M., & Irawan, I. A. (2023). The Influence of Materialism, Self Control, and Financial Attitude on Financial Management Behavior in Online Marketplace with Impulsive Buying as an Intervening Variable. *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 11(1), 49. E-ISSN 2986-8645.
- Katsuke, T., Fukuda, S., Khun, M. S. R., & Kadoya, Y. (2023). Financial Literacy and Impulsivity: Evidence from Japan. *Sustainability (Switzerland)*, 15(9), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su15097267>
- Khurramnia, S. A., Rahman, M. C., Apriyanti, C., Putri, D. O., & Fajrussalam, H. (2022). Perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping dan Sistem Pay Later Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Fondatio*, 6(1), 120–147.
- Krisdayanti, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Uang Saku, Teman Sebaya, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Minat Menabung Mahasiswa *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 79–91.
- Lehtomäki, I., Niili, S., & Saranen, S. (2022). Digitalization-enabled evolution of customer value creation: An executive view in financial services. *Journal of Business Research*, 146, 504–517. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.002>
- Latan, H., & Ghazali, I. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mawardi, Akbar, A., Rukmini, P., & Widiyanti, R. N. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 20(4), 534–548. <https://doi.org/10.22219/Kinerja.V20i4.18051>
- Melina (2023, Februari 2). *Belanja Spontan Alias Impulsive Buying, Riset Ini Ungkap Kebiasaanmu Belanja!*. KlikFakta. <https://klikfakta.com/2023/02/belanja-spontan-alias-impulsive-buying-riset-ini-ungkap-kebiasaanmu-belanja/>
- Nayendra, D., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Kemitraan Di Era Digital Dan Teknologi. *Jurnal Rechts Finding: Media Pendidikan Hukum Nasional*, 9(2), 183.
- Persira Heath, M. T., & Chatzidakis, A. (2012). 'Blame it on marketing': consumers' views on unsustainable consumption. *International Journal of Consumer Studies*, 36(6), 655–667.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Emiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Econg*, 4(1), 74–84.
- Putri, N. M. E., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Self Control dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior pengguna Layanan Buy Now Pay

- Later. *Jurnal Ekonomi Akademi Dan Manajemen*, 21(1), 60-74.
- Ramadhan, Z., Farrah, M. F., & Dwi Sinda, R. (2021). Failed in the relationship: How Amazon prime members' sense of self-control counter-intuitively reinforces impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(6), 1497-1507.
- Rumayya et al. (2020). *Perspektif Pasar Terhadap Pemanfaatan Fitur Pembayaran Paylater*. Research Institute of Socio-Economic Development (RISED).
- Roberts, J. A., & Manolis, C. (2012). Cooking up a recipe for self-control: The three ingredients of self-control and its impact on impulse buying. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(7), 173-188. doi: 10.2753/MTP1069-6679200204
- Rock, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 189-199. doi: 10.1086/209105
- Sanoesi, R. N. W. O., & Setiawan, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Paylater. *SIJMD: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4.
- Sari, D. F., & Wulandari, N. I. (2021). Financial Literacy, Kontrol Diri, Gaya Hidup, Materialisitas Terhadap Perilaku Financial Manajemen. *Jurnal Riset Ekonomi*, 3(1), 131-141.
- Stern, H. (1962). The significance of impulse buying today. *Journal of Marketing*, 26, 59-67.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Hecce, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of personality*, 72(2), 271-324.
- Tavakol, M., & Dennick, R. Making sense of Cronbach's alpha. *Int. J. Med. Educ.*, 2011, 2, 53-55.
- Utami, C. W. (2016). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 2. Salemba Empat, Jakarta.
- Wang, Y., Pan, J., Xu, Y., Luo, J., & Wu, Y. (2022). The Determinants of Impulsive Buying Behavior in Electronic Commerce. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127500>
- Widada. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: Rajawali Pura.
- Wulandari, R. T., & Darmayanti, S. M. (2022). The importance of digital financial literacy to anticipate impulsive buying behavior in buy-now-pay-later mode. *International Journal of Business and Economy*, 4(3), 170-182.
- Xiao, J., Ford MW, Kim J. Consumer financial behavior: An interdisciplinary review of selected theories and research. *Ann Consum Sci Res J*. 2011;39(4):399-414.
- Xiao, J. J. (2008). *Handbook of Consumer Finance Research* (1st ed.). Springer-Verlag New York. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-75734-6>.

Pengaruh Financial Management Behavior

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.feb.unmul.ac.id Internet Source	1 %
2	pub.unj.ac.id Internet Source	1 %
3	docplayer.info Internet Source	1 %
4	jurnal.pknstan.ac.id Internet Source	1 %
5	Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Student Paper	<1 %
6	Submitted to University of Leeds Student Paper	<1 %
7	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
8	penelitimuda.com Internet Source	<1 %
9	www.neliti.com Internet Source	<1 %
10	Submitted to Özyegin Üniversitesi Student Paper	<1 %
11	repository.ut.ac.id Internet Source	<1 %
12	Samsul Hadi, Toni Herlambang, Dwi Cahyono. "Pengaruh Tunjangan Kinerja dan Promosi Jabatan untuk Meningkatkan Prestasi Kerja	<1 %

dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel
Intervening pada Sekretariat Daerah
Kabupaten Bondowoso", BUDGETING :
Journal of Business, Management and
Accounting, 2024

Publication

13	Submitted to UIN Jambi Student Paper	<1 %
14	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
15	tekno.kompas.com Internet Source	<1 %
16	dewey.petra.ac.id Internet Source	<1 %
17	ejournal.akperkyjogja.ac.id Internet Source	<1 %
18	j-innovative.org Internet Source	<1 %
19	journal.um-surabaya.ac.id Internet Source	<1 %
20	profesionalmudacendekia.com Internet Source	<1 %
21	Aulia Nurulsyifa El Abidah, Ronald Alfredo. "Perilaku Impulsive Buying dalam Tren Affiliate Marketing Di Tiktok Shop", Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura, 2024 Publication	<1 %
22	eprint.stiwww.ac.id Internet Source	<1 %
23	journal.stiemb.ac.id Internet Source	<1 %
24	journal.uinjkt.ac.id Internet Source	

<1 %

25

jurnal.ar-raniry.ac.id

Internet Source

<1 %

26

repositori.untidar.ac.id

Internet Source

<1 %

27

repository.unika.ac.id

Internet Source

<1 %

28

repository.unmuha.ac.id

Internet Source

<1 %

29

stiepasaman.ac.id

Internet Source

<1 %

30

Sinthia Miftakul Munir, Rizky Nur Ayuningtyas Putri. "The Mediating Role of Self-Efficacy in Shapins Financial Behavior", Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity), 2025

Publication

<1 %

31

ejournal.bsi.ac.id

Internet Source

<1 %

32

ejournal.jak-stik.ac.id

Internet Source

<1 %

33

issuu.com

Internet Source

<1 %

34

jurnal.syntaxliterate.co.id

Internet Source

<1 %

35

pt.scribd.com

Internet Source

<1 %

36

Sarah Ayu Rachmat, Jamiludin Jamiludin, Eva Herik. "Kontrol Diri dengan Gaya Hidup pada Mahasiswa", Jurnal Sublimapsi, 2024

Publication

<1 %

37

Maria Angela Intan Cahyaning Bulan, Primatia Yogi Wulandari. "Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Kecenderungan Perilaku Cyberbullying Pada Remaja Pengguna Media Sosial Anonim", Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM), 2021

Publication

<1 %

38

Syuhada Syuhada, Tusy Triwahyuni, Zehan Aura Nabigha, Bella Tania Putri, Hemas Priyayi. "Perbandingan Kadar Hemoglobin Pada Sampel Darah 3 mL, 2 mL, & 1 mL Dengan Antikoagulan K2EDTA Setelah Ditunda 4 Jam Di RSUD Dr. H. Abdul Moeloek Bandar Lampung", MAHESA : Malahayati Health Student Journal, 2022

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On