

Model Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Z Berbasis Intensitas Paylater, Literasi Keuangan Digital, dan Self-Control

Gusti Fajar Syah^{1*}, Aditya Saputra², Muhamad Al Faruq Abdullah³

^{1,2,3}Universitas Dian Nusantara

Email: 111231067@mahasiswa.undira.ac.id

Received: 02-07-2026 Revised : 19-07-2026 Accepted : 20-08-2026 Published : 23-08-2026

Abstrak

Perkembangan *financial technology (fintech)* seperti fitur *Buy Now Pay Later (Paylater)* memicu pergeseran pola konsumsi Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran *self-control* dalam memediasi pengaruh intensitas penggunaan fitur Paylater dan literasi keuangan digital terhadap perilaku manajemen keuangan pada Generasi Z pengguna *e-commerce* di DKI Jakarta. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif kausal dengan menyebarkan kuesioner terstruktur kepada 200 responden Generasi Z melalui teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan *software* SmartPLS 3.0. Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa *self-control* bertindak sebagai faktor dominan dan mediator sempurna (*full mediation*) dalam menghubungkan literasi keuangan digital dengan perilaku manajemen keuangan. Sebaliknya, intensitas penggunaan Paylater berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap perilaku manajemen keuangan, namun tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *self-control*, serta tidak terbukti dimediasi oleh *self-control*. Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa untuk membentuk perilaku manajemen keuangan yang sehat di era digital, pemahaman literasi keuangan saja tidak cukup tanpa didorong oleh kapasitas kontrol diri (*self-control*) yang kuat sebagai benteng psikologis. Bagi penyedia layanan keuangan dan regulator, hasil ini menekankan pentingnya mengintegrasikan fitur-fitur stimulasi kontrol diri (seperti batas pengeluaran otomatis) guna melindungi konsumen muda dari perilaku konsumtif yang tidak terencana.

Kata kunci: intensitas paylater, literasi keuangan digital, perilaku manajemen keuangan, *self-control*, generasi z

Abstract

The rapid development of financial technology (fintech), particularly the Buy Now Pay Later (Paylater) feature, has triggered a significant shift in Generation Z's consumption patterns. This study aims to examine the role of self-control in mediating the effects of Paylater usage intensity and digital financial literacy on financial management behavior among Generation Z e-commerce users in DKI Jakarta. A causal quantitative method was employed, utilizing structured questionnaires distributed to 200 Generation Z respondents through purposive sampling. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 3.0 software. The primary findings reveal that self-control acts as the dominant factor and a perfect mediator (full mediation) in connecting digital financial literacy to financial management behavior. Conversely, Paylater usage intensity has

a direct significant positive effect on financial management behavior but shows no significant impact on self-control and is not mediated by it. The implication of this research highlights that to foster sound financial management behavior in the digital era, financial literacy alone is insufficient without being reinforced by robust self-control as a psychological shield. For financial service providers and regulators, these outcomes emphasize the urgency of integrating self-control stimulation features (such as automated spending limits) to protect young consumers from unplanned consumerist behavior.

Keywords: *paylater intensity, digital financial literacy, financial management behavior, self-control, generation z*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang masif telah mentransformasi lanskap sektor keuangan global melalui kehadiran *financial technology* (*fintech*). Salah satu inovasi digital yang mencatat pertumbuhan paling akseleratif di Indonesia adalah fitur *Buy Now Pay Later* (Paylater). Berdasarkan laporan Kredivo dan Katadata Insight Center (2024), Paylater telah bertransformasi menjadi salah satu metode pembayaran digital paling populer dalam ekosistem *e-commerce*, di mana mayoritas pengguna didominasi oleh Generasi Z. Fenomena adopsi teknologi finansial ini sangat terpusat di wilayah perkotaan, khususnya DKI Jakarta. Sebagai pusat ekonomi nasional, Jakarta mencatat tingkat penetrasi internet tertinggi untuk aktivitas komersial. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa intensitas belanja online dan konsumsi digital kelompok muda di DKI Jakarta menempati posisi teratas. Karakteristik masyarakat urban Jakarta yang dinamis, didukung oleh infrastruktur digital yang matang, menjadikan wilayah ini sebagai episentrum utama perputaran transaksi *fintech* dan perilaku konsumtif berbasis digital pada Generasi Z.

Namun, di balik kemudahan akses likuiditas jangka pendek tersebut, fenomena ini membawa risiko keuangan yang signifikan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) lewat Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) menegaskan adanya *gap* yang lebar antara indeks inklusi keuangan yang tinggi dengan indeks literasi keuangan masyarakat. Di era digital, keterbatasan ini memunculkan urgensi terhadap *Digital Financial Literacy* (Literasi Keuangan Digital). Literasi keuangan digital tidak lagi sekadar memahami konsep inflasi atau tabungan konvensional, melainkan mencakup kemampuan navigasi risiko siber, pemahaman mekanisme bunga tersembunyi dan denda pada platform *fintech*, serta kecakapan mengelola portofolio keuangan digital secara bijak. Tanpa literasi keuangan digital yang memadai, kemudahan akses yang ditawarkan oleh intensitas Paylater dapat menjadi jebakan utang (*debt trap*) bagi Generasi Z yang secara psikologis masih berada dalam fase pencarian jati diri dan rentan terhadap tekanan sosial (*fear of missing out*).

Untuk memahami bagaimana variabel-variabel digital ini memengaruhi tindakan riil individu, penelitian ini mengacu pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Berdasarkan TPB, perilaku manusia tidak terjadi secara spontan, melainkan didorong oleh niat berperilaku (*behavioral intention*). Niat ini ditentukan oleh tiga faktor utama: *attitude toward the behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*. Dalam konteks pengelolaan keuangan modern, literasi keuangan digital berfungsi sebagai elemen kognitif dasar yang membentuk sikap (*attitude*) positif terhadap pentingnya perencanaan. Namun, pengetahuan tersebut tidak akan otomatis mewujudkan menjadi tindakan nyata (*Financial*

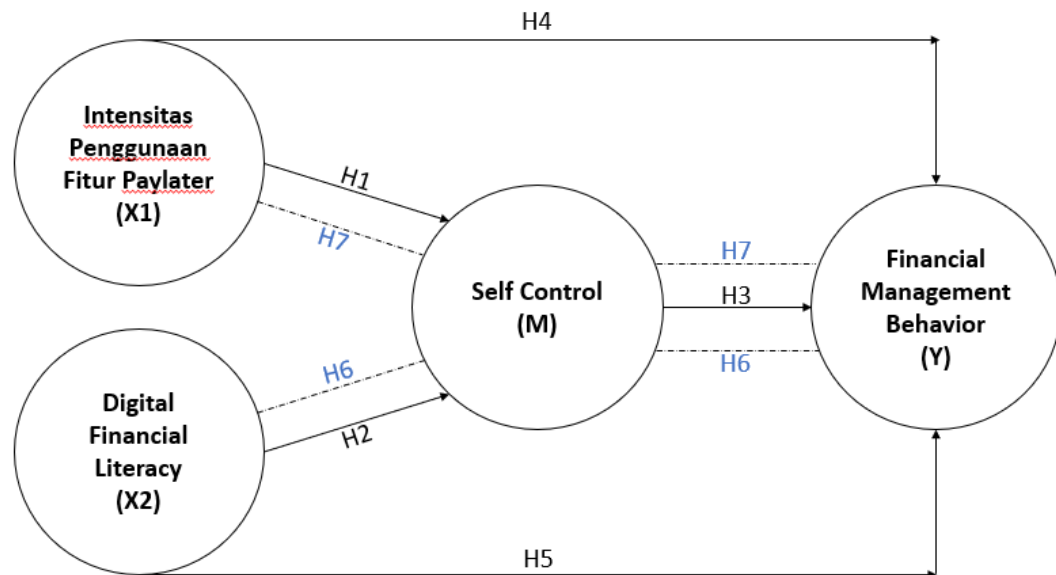
Management Behavior) jika individu tidak memiliki kendali perilaku yang kuat. Di sinilah *self-control* (kontrol diri) berperan krusial sebagai manifestasi psikologis dari *perceived behavioral control*. Kontrol diri bertindak sebagai benteng yang menjembatani antara kapasitas kognitif (literasi) dan tekanan eksternal (kemudahan Paylater) untuk melahirkan niat dan tindakan manajemen keuangan yang disiplin.

Meskipun hubungan antar-variabel ini tampak linear secara teoretis, dalam praktiknya ditemukan kontradiksi hasil (*research gap*) yang tajam pada penelitian-penelitian terdahulu. Di satu sisi, mayoritas studi konvensional menyatakan bahwa kehadiran Paylater merusak tatanan keuangan personal kelompok muda. Penelitian oleh Parameswari & Ginny (2022) serta Pohan et al. (2025) secara konsisten menemukan bahwa metode pembayaran Paylater memicu peningkatan perilaku pembelian impulsif (*impulse buying*) dan gaya hidup konsumtif yang tidak terkendali pada Generasi Z. Selaras dengan hal tersebut, Restike et al. (2024) dan Risukmasari (2024) juga menegaskan bahwa penggunaan Shopee Paylater cenderung melemahkan kontrol diri remaja karena memberikan ilusi daya beli instan yang menjebak mereka dalam siklus utang menahun. Tanpa literasi keuangan digital yang memadai, kemudahan akses yang ditawarkan oleh intensitas Paylater dapat menjadi jebakan utang (*debt trap*) bagi Generasi Z. Bahkan, penelitian di negara maju menunjukkan adanya fenomena berisiko di mana konsumen cenderung mendanai kembali (*refinance*) cicilan Paylater bunga 0% mereka menggunakan kartu kredit berbunga tinggi Guttman et al. (2023). Hal ini memperlihatkan bahwa kemudahan akses Paylater berisiko menciptakan ilusi likuiditas yang melampaui kemampuan bayar riil pengguna.

Namun di sisi lain, muncul perspektif kontras yang memperlihatkan sisi positif dari teknologi ini. Pemanfaatan teknologi keuangan yang bijak pada dasarnya dapat mentransformasi platform *fintech* menjadi alat bantu (*tools*) strategis bagi konsumen muda dalam mengatur arus kas (*cash flow*) jangka pendek mereka secara lebih terstruktur. Paylater, dalam sudut pandang ini, tidak selalu bermakna negatif atau memicu implikasi konsumtif. Bagi individu yang memiliki orientasi masa depan dan kesadaran risiko yang matang, fitur ini dapat digunakan sebagai strategi manajemen likuiditas taktis yang justru menuntut kedisiplinan pengembalian yang tinggi agar reputasi skor kredit mereka di OJK tetap terjaga dengan baik.

Kontradiksi empiris inilah yang menjadi *research gap* fundamental dalam penelitian ini. Sebagian besar peneliti terdahulu langsung menempatkan Paylater sebagai variabel yang merusak perilaku keuangan. Penelitian ini hadir untuk menguji kembali anomali tersebut. apakah intensitas Paylater selalu linear dengan rusaknya kontrol diri dan buruknya manajemen keuangan, ataukah justru ada ruang di mana literasi keuangan digital dan kontrol diri mampu memediasi dampak negatif tersebut menjadi sebuah perilaku keuangan yang tetap terkendali.

Berdasarkan latar belakang, landasan teoritis TPB, dan kesenjangan penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis secara empiris "Model Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Z Berbasis Intensitas Paylater, Literasi Keuangan Digital, dan Self-Control" (Studi Kasus pada Pengguna *E-Commerce* di DKI Jakarta).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), keputusan ekonomi individu didorong oleh intensi yang dibentuk melalui interaksi faktor kognitif dan kapasitas psikologis. Kemudahan akses fasilitas kredit digital seperti *Buy Now Pay Later* (Paylater) memengaruhi komponen *perceived behavioral control* pengguna. Paparan stimulus transaksi tunda bayar yang terlalu sering berpotensi mengikis regulasi diri karena memicu kebiasaan gratifikasi instan

H1: Intensitas penggunaan fitur paylater berpengaruh negatif terhadap *self-control*.

Bias kognitif akibat ilusi daya beli instan ini secara langsung juga dapat mengganggu stabilitas perencanaan pengeluaran dan menurunkan alokasi dana produktif individu

H4: Intensitas penggunaan fitur paylater berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan.

Dinamika ini menjelaskan bahwa dampak dari ekosistem kredit digital terhadap tindakan akhir pengelolaan finansial tidak sepenuhnya bersifat langsung, melainkan disaring terlebih dahulu melalui kapasitas kendali psikologis individu selaku benteng internal

H7: *Self-control* secara signifikan memediasi pengaruh intensitas penggunaan fitur paylater terhadap perilaku manajemen keuangan.

Sementara itu, pengetahuan kontemporer berupa literasi keuangan digital berfungsi sebagai stimulan kognitif utama dalam membentuk komponen *attitude toward the behavior*. Pemahaman yang komprehensif mengenai risiko siber dan kalkulasi bunga majemuk memberikan landasan logis yang memperkuat efikasi diri, sehingga individu memiliki dasar rasional untuk mengendalikan impuls konsumtifnya

H2: Literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap *self-control*.

Pengetahuan digital yang matang ini juga menuntun individu secara langsung untuk menerapkan prinsip manajemen keuangan yang efektif seperti analisis biaya-manfaat dan evaluasi pengeluaran secara berkala

H5: Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan.

Selanjutnya, aspek *self-control* bertindak sebagai eksekutor utama yang menjembatani kepatuhan rencana anggaran di tengah godaan gaya hidup urban

H3: *Self-control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan.

Alur teoretis ini menegaskan bahwa peningkatan literasi tidak akan optimal mengubah tindakan nyata tanpa adanya internalisasi pengetahuan menjadi bentuk pengendalian diri yang kokoh saat menghadapi godaan belanja digital

H6: *Self-control* secara signifikan memediasi pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku manajemen keuangan.

Metode

Penelitian kuantitatif dengan desain kausalitas ini bertujuan menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel pada populasi Generasi Z pengguna *e-commerce* dan fitur *paylater* di DKI Jakarta. Penentuan ukuran sampel dalam riset ini merujuk pada ketentuan Hair et al. (2019) yang menetapkan batas representatif analisis struktural berkisar 5 hingga 10 kali dari total 25 indikator amatan. Menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, penelitian ini berhasil menghimpun 200 responden valid yang tersebar di lima wilayah kota administrasi Jakarta dengan kriteria penentuan meliputi individu kelahiran tahun 1997–2012, berdomisili di Jakarta, serta memiliki riwayat transaksi *paylater* minimal 3 kali dalam 6 bulan terakhir.

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan secara daring melalui penyebaran kuesioner elektronik menggunakan platform *Google Form*. Proses pengumpulan data tersebut dilaksanakan dalam kurun waktu dua puluh hari, terhitung sejak 1 Juni 2026 hingga 21 Juni 2026. Tautan kuesioner disebarluaskan secara mandiri oleh peneliti dengan metode *broadcast* melalui berbagai jejaring sosial dan media komunikasi digital seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok guna menjangkau komunitas mahasiswa serta pekerja muda yang merepresentasikan profil Generasi Z di DKI Jakarta. Guna mengantisipasi terjadinya bias informasi serta menjamin objektivitas data, peneliti menerapkan mekanisme penyaringan (*screening*) ketat pada bagian awal kuesioner sebelum responden masuk ke lembar pertanyaan inti. Melalui mekanisme ini, sistem *Google Form* secara otomatis akan menyeleksi jawaban awal terkait tahun kelahiran, domisili terkini, serta frekuensi riwayat transaksi *paylater*. Jika terdapat data masuk yang tidak memenuhi ambang batas kriteria purposif tersebut, maka pengisian kuesioner akan langsung terhenti secara otomatis sehingga seluruh data yang terkumpul dan diolah dipastikan terbebas dari bias subjektivitas dan tepat sasaran. Seluruh butir instrumen amatan dalam kuesioner ini diukur menggunakan Skala Likert 1–5, mulai dari kategori Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju.

Untuk memastikan kualitas data yang dihimpun, instrumen kuesioner dalam penelitian ini disusun dengan mengadopsi dan memodifikasi indikator-indikator dari penelitian terdahulu yang disesuaikan dengan konteks perilaku ekonomi Generasi Z di Indonesia. Uji validitas isi (*content validity*) dilakukan secara kualitatif melalui proses telaah pakar (*expert judgment*) bersama pengawas akademis untuk memastikan ketepatan istilah dan kejelasan redaksi kalimat pernyataan. Proses adaptasi instrumen menempuh tahapan penerjemahan (*forward translation*) atas literatur berbahasa asing, modifikasi operasional variabel, hingga pelaksanaan uji coba awal (*pilot test*) terhadap 30 responden di luar sampel utama. Hasil uji coba tersebut menunjukkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang berada di atas nilai *r*-tabel sebesar 0,361 serta koefisien *Cronbach's Alpha* yang melampaui ambang batas 0,70 untuk seluruh

variabel. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dinyatakan valid, reliabel, serta memenuhi kelayakan teoritis maupun empiris sebelum disebarkan kepada responden sesungguhnya.

Model penelitian ini mengintegrasikan empat variabel konstruk utama yang dijabarkan ke dalam beberapa indikator pengukuran spesifik berdasarkan landasan teoritis yang kuat dari penelitian terdahulu. Variabel Intensitas Penggunaan Fitur Paylater (X_1) diukur melalui indikator frekuensi penggunaan, durasi akses, besaran limit, respons promosi, ketergantungan pembayaran, variasi pembelian, nominal transaksi, dan aksesibilitas aplikasi yang diadaptasi dari Parameswari dan Ginny (2022) serta Risukmasari (2024). Konstruk Literasi Keuangan Digital atau *Digital Financial Literacy* (X_2) diukur melalui dimensi pengetahuan produk finansial digital, keterampilan teknologi, kesadaran risiko, efikasi diri finansial, pemahaman kontrak, keamanan akun, serta evaluasi informasi keuangan yang merujuk pada ketentuan Otoritas Jasa Keuangan (2024). Sementara itu, variabel *Self-Control* (M) direfleksikan melalui indikator kontrol perilaku, kontrol kognitif, kontrol keputusan, dan kemampuan menunda keinginan yang bersumber dari kerangka dasar *Theory of Planned Behavior* oleh Ajzen (1991) serta Pohan et al. (2025). Seluruh variabel tersebut bermuara pada variabel dependen *Financial Management Behavior* (Y) yang diukur melalui aspek perencanaan (*planning*), pengelolaan (*managing*), pengendalian (*controlling*), dan pemenuhan kewajiban finansial yang mengadopsi indikator dari Sugiyono (2023) serta Restike et al. (2024). Seluruh butir indikator amatan dari keempat konstruk ini diuraikan secara komprehensif ke dalam matriks definisi operasional variabel pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Intensitas Penggunaan Paylater (X_1)	Tingkat keseringan, ketergantungan, dan besaran penggunaan kredit digital pada platform e-commerce.	1. Frekuensi transaksi bulanan 2. Durasi penggunaan fitur 3. Besaran limit yang digunakan 4. Respon terhadap promosi 5. Ketergantungan pembayaran 6. Variasi kategori pembelian 7. Nominal transaksi 8. Aksesibilitas aplikasi	Likert 1-5

2	Literasi Keuangan Digital (X₂)	Kecakapan individu dalam memahami risiko, biaya, dan pengelolaan keuangan di ekosistem digital.	1. Pengetahuan produk finansial digital 2. Keterampilan teknologi (digital skill) 3. Kesadaran risiko digital 4. Efikasi diri finansial 5. Pemahaman kontrak digital 6. Manajemen keamanan akun 7. Evaluasi informasi keuangan	Likert 1-5
3	Self-Control (M)	Kemampuan menahan impuls dan menunda kepuasan instan dalam mengambil keputusan keuangan.	1. Kontrol perilaku pengeluaran 2. Kontrol kognitif (pertimbangan risiko) 3. Kontrol keputusan rasional 4. Kemampuan menunda keinginan	Likert 1-5
4	Perilaku Manajemen Keuangan (Y)	Tindakan nyata dalam merencanakan, mencatat, dan mengendalikan dana secara bertanggung jawab.	1. Perencanaan (Planning) 2. Pengelolaan (Managing) 3. Pengendalian (Controlling) 4. Pemenuhan kewajiban utang	Likert 1-5

Sumber : Data yang diolah peneliti (2026)

Analisis data dalam penelitian ini diestimasi menggunakan metode *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0. Pemilihan pendekatan PLS-SEM didasarkan pada beberapa pertimbangan metodologis yang kuat dan relevan dengan karakteristik penelitian ini. Pertama, penelitian ini bersifat prediktif dan eksploratif yang bertujuan untuk mengembangkan dan menguji model perilaku manajemen keuangan baru dengan mengintegrasikan variabel *fintech* kontemporer seperti intensitas penggunaan *paylater* ke dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), di mana PLS-SEM terbukti sangat optimal dalam memaksimalkan varians eksplanatori dari variabel-variabel dependen tersebut. Kedua, PLS-SEM merupakan metode non-parametrik yang bersifat *variance-based*, sehingga tidak mensyaratkan data penelitian harus berdistribusi normal multivariat secara ketat sebagaimana yang diwajibkan dalam pendekatan *Covariance-Based SEM* (CB-SEM). Ketiga, model penelitian ini memiliki kompleksitas yang cukup tinggi karena melibatkan pengujian jalur pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi secara simultan. Pendekatan PLS-SEM mampu menganalisis hubungan tersebut secara efisien dengan mempertahankan kekuatan statistik yang tinggi pada ukuran sampel berukuran sedang yaitu 200 responden.

Proses pengolahan data dengan metode ini dibagi ke dalam dua tahapan besar. Tahap pertama dilakukan melalui evaluasi *Outer Model* (model pengukuran) untuk menguji validitas konvergen melalui parameter *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE), validitas diskriminan melalui *cross-loading* dan kriteria *Fornell-Larcker*, serta reliabilitas konstruk menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Tahap kedua dilanjutkan dengan evaluasi *Inner Model* (model struktural) untuk mengukur kapasitas prediktif dan kelayakan model secara keseluruhan melalui analisis nilai *R-square* (R^2), *F-square* (F^2), serta *Q-square* (Q^2). Pengujian hipotesis, baik untuk melihat koefisien jalur pengaruh langsung (*path coefficient*) maupun pengaruh tidak langsung (*specific indirect effects*), dieksekusi menggunakan metode *bootstrapping* pada tingkat signifikansi 5 persen yang ditandai dengan perolehan nilai *t-statistics* dan *p-values*.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Subjek Penelitian

Penelitian empiris ini mengkaji pengaruh intensitas penggunaan fitur *paylater* dan tingkat literasi keuangan digital terhadap perilaku manajemen keuangan dengan *self-control* (kontrol diri) sebagai variabel mediasi. Subjek penelitian berpusat pada Generasi Z (kelahiran 1997–2012) di Provinsi DKI Jakarta, yang dipilih karena sifatnya yang adaptif terhadap digitalisasi perbankan namun rentan menghadapi kompleksitas pengelolaan keuangan di lingkungan urban konsumtif. Jakarta dipilih secara strategis sebagai lokus penelitian mengingat posisinya sebagai episentrum ekonomi digital dan kiblat tren gaya hidup modern yang menyajikan eksposur platform belanja daring secara intensif bagi remaja produktif penyuka kepuasan instan (*instant gratification*).

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
18 – 21 Tahun	48	24,0%
22 – 25 Tahun	94	47,0%
26 – 30 Tahun	58	29,0%

Total	200	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Output Pengolahan Data Primer Survei Penggunaan Layanan Paylater dengan Ms. Excel (2026)

Berdasarkan data demografi, sebaran 200 responden menunjukkan variasi yang cukup merata di setiap rentang usia Generasi Z produktif. Proporsi terbesar didominasi oleh kelompok usia 22–25 tahun sebanyak 94 responden (47,0%), yang umumnya merupakan mahasiswa tingkat akhir atau *fresh graduates* pengguna aktif teknologi finansial dengan kecenderungan konsumtif yang tinggi demi fleksibilitas arus kas. Kelompok terbesar kedua ditempati oleh usia matang 26–30 tahun sebanyak 58 responden (29,0%) yang mayoritas telah memiliki stabilitas finansial dan pertimbangan risiko yang lebih mapan. Sementara itu, proporsi terkecil berada pada kelompok usia 18–21 tahun sebanyak 48 responden (24,0%), yang merepresentasikan mahasiswa aktif dengan intensitas penggunaan *paylater* yang relatif terbatas akibat kendala regulasi administrasi, pembatasan limit bagi pemula, serta ketergantungan finansial pada orang tua.

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	84	42,0%
Perempuan	116	58,0%
Total	200	100%

Sumber: Output Pengolahan Data Primer Survei Penggunaan Layanan Paylater dengan Ms. Excel (2026)

Berdasarkan data demografi menurut jenis kelamin, partisipasi dari 200 responden didominasi oleh kelompok perempuan sebanyak 116 orang (58,0%). Representasi yang tinggi ini relevan dengan karakteristik perilaku konsumsi digital di Indonesia, di mana konsumen perempuan memiliki frekuensi belanja daring yang lebih intensif untuk produk gaya hidup, sehingga menjadi pangsa pasar utama sekaligus kelompok yang paling rentan terhadap stimulus emosional utang digital *paylater*. Sementara itu, responden laki-laki mencatat proporsi yang lebih rendah yaitu sebanyak 84 orang (42,0%), menunjukkan bahwa adopsi *paylater* kini telah bergeser secara masif ke kedua gender. Berbeda dengan perempuan, konsumen pria Generasi Z di Jakarta cenderung memanfaatkan pembiayaan digital ini untuk transaksi dengan nominal lebih besar namun frekuensi lebih jarang, seperti pembelian *gadget*, elektronik, atau perlengkapan hobi.

Tabel 4. Sebaran Responden Berdasarkan Wilayah Domisili

Wilayah Domisili	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Jakarta Selatan	56	28,0%
Jakarta Timur	51	25,5%
Jakarta Barat	46	23,0%
Jakarta Pusat	24	12,0%
Jakarta Utara	23	11,5%
Total	200	100%

Sumber: Output Pengolahan Data Primer Survei Penggunaan Layanan Paylater dengan Ms. Excel (2026)

Berdasarkan data wilayah, sebaran 200 responden mencakup lima kota administrasi Provinsi DKI Jakarta dengan proporsi terbesar berasal dari Jakarta Selatan sebanyak 56 responden (28,0%), disusul Jakarta Timur sebanyak 51 responden (25,5%), dan Jakarta Barat sebanyak 46 responden (23,0%), sementara Jakarta Pusat (12,0%) dan Jakarta Utara (11,5%) memberikan kontribusi paling sedikit. Konsentrasi sebaran di wilayah Selatan, Timur, dan Barat ini mencerminkan karakteristik area tersebut sebagai pusat pemukiman sub-urban, kawasan pendidikan, serta pusat perkantoran yang padat aktivitas Generasi Z. Mobilitas tinggi dan gaya hidup perkotaan yang dinamis di wilayah metropolitan tersebut menjadi pemicu utama masifnya adopsi serta penggunaan layanan *fintech* seperti *paylater* di kalangan usia muda harian.

Tabel 5. Sebaran Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Paylater dalam Sebulan Terakhir

Frekuensi Penggunaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Tidak Pernah	52	26,0%
1 – 3 Kali	91	45,5%
4 – 7 Kali	38	19,0%
Lebih dari 7 Kali	19	9,5%
Total	200	100%

Sumber: Output Pengolahan Data Primer Survei Penggunaan Layanan Paylater dengan Ms. Excel (2026)

Berdasarkan data Tabel 5, intensitas penggunaan *paylater* di kalangan 200 responden Generasi Z menunjukkan pola perilaku bervariasi dari kasual hingga ketergantungan tinggi. Proporsi terbesar didominasi oleh pengguna berkala/kasual dengan frekuensi 1–3 kali dalam sebulan sebanyak 91 orang (45,5%), yang memanfaatkan fitur ini secara selektif demi promo atau menjaga arus kas pendek. Kelompok terbesar kedua adalah responden yang tidak bertransaksi dalam sebulan terakhir sebanyak 52 orang (26,0%), mengindikasikan fungsi kontrol diri dan literasi keuangan digital yang berjalan baik dalam menahan stimulasi konsumtif. Sementara itu, kelompok dengan frekuensi 4–7 kali (19,0% atau 38 orang) dan lebih dari 7 kali (9,5% atau 19 orang) merupakan kategori pengguna aktif yang mencerminkan kecenderungan ketergantungan (*fintech dependency*) untuk pengeluaran harian, sehingga secara teoretis paling rentan terhadap pembengkakan tagihan dan risiko gagal bayar.

Tabel 6. Deskriptif Variabel Intensitas Penggunaan Fitur Paylater (X₁)

Kode	Pernyataan Instrumen	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total	Mean
IP1	Saya sangat sering menggunakan Paylater untuk bertransaksi dalam sebulan.	F 29	24	41	66	40	200	3,32
		% 14,5	12,0	20,5	33,0	20,0	100%	
		%	0%	5%	0%	0%		
IP2	Saya menghabiskan waktu cukup lama untuk memilih produk yang bisa	F 31	26	45	69	29	200	3,19
		%					100%	

	dibayar dengan Paylater.		15,5%	13,0%	22,5%	34,5%	14,5%		
IP3	Saya cenderung menggunakan sebagian besar limit yang tersedia untuk berbelanja.	F	38	38	50	52	22	200	2,91
		%	19,0%	19,0%	25,0%	26,0%	11,0%	100%	
IP4	Adanya promo khusus Paylater memotivasi saya untuk segera berbelanja.	F	26	29	35	83	27	200	3,28
		%	13,0%	14,5%	17,5%	41,5%	13,5%	100%	
IP5	Layanan Paylater telah menjadi solusi utama saya dalam memenuhi keinginan belanja.	F	41	28	30	78	23	200	3,07
		%	20,5%	14,0%	15,0%	39,0%	11,5%	100%	
IP6	Saya menggunakan Paylater untuk berbagai macam kebutuhan (misal: pulsa, makanan, barang hobi).	F	30	25	33	91	21	200	3,24
		%	15,0%	12,5%	16,5%	45,5%	10,5%	100%	
IP7	Saya tidak ragu membeli barang mahal karena bisa dicicil menggunakan Paylater.	F	37	32	35	71	25	200	3,08
		%	18,5%	16,0%	17,5%	35,5%	12,5%	100%	
IP8	Kemudahan akses (sekali klik langsung bayar) membuat saya sering menggunakan Paylater.	F	29	32	32	84	23	200	3,20
		%	14,5%	16,0%	16,0%	42,0%	11,5%	100%	

Sumber: Output Pengolahan Data Primer Survei Penggunaan Layanan Paylater dengan Ms. Excel (2026)

Berdasarkan data Tabel 6, sebaran jawaban responden pada variabel Intensitas Penggunaan *Paylater* terkonsentrasi pada skor netral hingga setuju, menandakan fitur utang digital ini telah melekat erat dalam konsumsi harian Generasi Z di DKI Jakarta. Tingginya intensitas ini didorong secara dominan oleh faktor kemudahan aksesibilitas teknologi dan agresi promosi platform belanja daring. Hal ini tercermin dari indikator frekuensi transaksi bulanan (IP1) dengan skor tertinggi 3,32 (53,0% setuju) dan kemudahan sistem *one-click checkout* (IP8) sebesar 3,20 (53,5% setuju), yang secara nyata mereduksi hambatan operasional dan waktu berpikir rasional konsumen. Selain itu, motivasi akibat stimulus promosi eksklusif (IP4) mencatat skor rata-rata 3,28 (55,0% setuju) dan memicu diversifikasi pengeluaran mikro harian (IP6) dengan skor 3,24 (56,0% setuju). Meski demikian, terdapat indikasi kontrol kognitif yang

tersisa, ditunjukkan oleh indikator pemakaian pagu kredit (IP3) yang mencatat skor terendah 2,91 (38,0% tidak setuju), membuktikan responden masih menahan diri untuk tidak menguras habis batas limit pinjaman. Secara sintesis, kenyamanan transaksi dan insentif pemasaran digital ini perlahan mengikis kebiasaan menunda keinginan (*delayed gratification*), yang berpotensi menurunkan kualitas tata kelola arus kas personal jika tidak diimbangi dengan *self-control* yang kokoh.

Tabel 7. Deskriptif Variabel Literasi Keuangan Digital (Digital Financial Literacy) (X₂)

Kode	Pernyataan Instrumen		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total	Mean
DFL1	Saya mengetahui konsekuensi hukum dan denda jika terlambat membayar tagihan digital.	F	6	8	24	105	57	200	4,00
		%	3,0%	4,0%	12,0%	52,5%	28,5%	100%	
DFL2	Saya tidak menemui kesulitan teknis saat melakukan pembayaran tagihan secara online.	F	5	7	34	114	40	200	3,88
		%	2,5%	3,5%	17,0%	57,0%	20,0%	100%	
DFL3	Saya selalu waspada terhadap potensi penyalahgunaan data pribadi di platform digital.	F	5	3	22	85	85	200	4,21
		%	2,5%	1,5%	11,0%	42,5%	42,5%	100%	
DFL4	Saya merasa yakin mampu mengelola keuangan saya sendiri melalui aplikasi digital.	F	3	5	32	110	50	200	4,00
		%	1,5%	2,5%	16,0%	55,0%	25,0%	100%	
DFL5	Saya memahami isi perjanjian atau syarat ketentuan penggunaan layanan keuangan digital.	F	4	7	34	102	53	200	3,96
		%	2,0%	3,5%	17,0%	51,0%	26,5%	100%	
DFL6	Saya menjaga kerahasiaan password dan PIN akun finansial	F	3	3	19	100	75	200	4,21
		%	1,5%	1,5%	9,5%	50,0%	37,5%	100%	

	saya dengan sangat baik.								
DFL7	Saya selalu memverifikasi keaslian pesan/notifikasi yang mengatasnamakan lembaga keuangan digital.	F	3	3	20	93	81	200	4,23
		%	1,5%	1,5	10,	46,	40,	100%	
				%	0%	5%	5%		

Sumber: Output Pengolahan Data Primer Survei Penggunaan Layanan Paylater dengan Ms. Excel (2026)

Berdasarkan data Tabel 7, sebaran jawaban responden pada variabel *Digital Financial Literacy* (DFL) terkonsentrasi sangat kuat pada kategori setuju dan sangat setuju, mengindikasikan bahwa Generasi Z di DKI Jakarta memiliki tingkat literasi keuangan digital yang matang dan waspada terhadap keamanan siber. Aspek konfirmasi keamanan data menempati poin penguasaan tertinggi, tercermin dari indikator kebiasaan memverifikasi keaslian pesan (DFL7) dengan skor tertinggi 4,23 (87,0% setuju), serta kewaspadaan penyalahgunaan data (DFL3) dan penjagaan kerahasiaan PIN (DFL6) yang kompak meraih skor tinggi sebesar 4,21. Pemahaman konsekuensi hukum denda (DFL1) dan keyakinan mengelola keuangan mandiri (*financial self-efficacy*) via aplikasi (DFL4) juga mencatatkan skor rata-rata baik sebesar 4,00. Di sisi lain, aspek teknis operasional pembayaran (DFL2) mencatatkan skor terendah sebesar 3,88 dan kedalaman pemahaman lembar syarat ketentuan layanan (DFL5) berada di angka 3,96, akibat adanya kecenderungan konsumen muda melewati dokumen kontrak yang rumit serta kendala gangguan jaringan aplikasi harian. Secara teoretis, modal kognitif yang memadai mengenai risiko keamanan dan sanksi finansial ini menjadi instrumen penyaring yang krusial bagi Generasi Z agar dapat bersikap lebih rasional, berhati-hati, dan terencana dalam mengambil keputusan ekonomi di era digital.

Tabel 8. Deskriptif Variabel *Self Control* (M)

Kode	Pernyataan Instrumen		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total	Mean
SC1	Saya disiplin dalam membatasi pengeluaran harian saya.	F	4	4	24	98	70	200	4,13
		%	2,0%	2,0%	12,0%	49,0%	35,0%	100%	
SC2	Saya mempertimbangkan secara matang sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu.	F	2	3	16	108	71	200	4,21
		%	1,0%	1,5%	8,0%	54,0%	35,0%	100%	
SC3	Saya mengutamakan	F	5	1	15	95	84	200	4,26

	objektivitas (kegunaan barang) dibandingkan keinginan saat belanja.		%	2,5%	0,5 %	7,5 %	47, 5%	42, 0%	100%
SC4	Saya sanggup menunda keinginan membeli barang demi kepentingan keuangan yang lebih mendesak.	F	2	4	17	94	83	200	4,26
			%	1,0%	2,0 %	8,5 %	47, 0%	41, 5%	100%

Sumber: Output Pengolahan Data Primer Survei Penggunaan Layanan Paylater dengan Ms. Excel (2026)

Berdasarkan data Tabel 8, sebaran jawaban dari 200 responden pada variabel *Self-Control* (SC) terkonsentrasi sangat tinggi pada pilihan setuju dan sangat setuju, mengindikasikan bahwa Generasi Z di DKI Jakarta memiliki persepsi psikologis yang kuat terhadap kemampuan mengendalikan dorongan belanja impulsif. Penundaan kepuasan (*delayed gratification*) berdasarkan kemanfaatan ekonomi menempati skor penguasaan tertinggi, tercermin dari indikator objektivitas kegunaan barang (SC3) dan kesanggupan menunda keinginan belanja (SC4) yang kompak meraih skor rata-rata tertinggi sebesar 4,26. Selanjutnya, kematangan pertimbangan sebelum mengeksekusi pembelian (SC2) juga mencatatkan skor tinggi sebesar 4,21, mengonfirmasi adanya jeda berpikir rasional yang aktif sebelum bertransaksi. Di sisi lain, kedisiplinan praktis membatasi pengeluaran harian (SC1) mencatatkan skor terendah sebesar 4,13 karena tantangan konsistensi anggaran riil di tengah gempuran promosi digital. Secara konseptual, tingginya kapasitas *self-control* ini bertindak sebagai benteng pertahanan psikologis internal (*internal psychological buffer*) yang krusial dalam mengintervensi impulsivitas eksternal akibat paparan *paylater*, sehingga mampu menjaga stabilitas tata kelola keuangan personal.

Tabel 9. Deskriptif Variabel Perilaku Manajemen Keuangan (Financial Manajemen Behavior) (Y)

Kode	Pernyataan Instrumen		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total	Mean
FMB1	Saya membuat rencana anggaran belanja untuk jangka waktu tertentu (misal: mingguan/bulanan).	F	2	5	27	103	63	200	4,10
		%	1,0%	2,5 %	13, 5%	51, 5%	31, 5%	100%	
FMB2	Saya mengalokasikan uang saya ke berbagai pos kebutuhan (makan,	F	3	3	19	98	77	200	4,21
		%	1,5%	1,5 %	9,5 %	49, 0%	38, 5%	100%	

	transportasi, tabungan).								
FMB3	Saya memantau catatan pengeluaran agar tetap sesuai dengan anggaran awal.	F	4	5	20	109	62	200	4,10
		%	2,0%	2,5%	10,0%	54,5%	31,0%	100%	
FMB4	Saya memprioritaskan pelunasan cicilan di atas pengeluaran hiburan lainnya.	F	4	5	13	93	85	200	4,25
		%	2,0%	2,5%	6,5%	46,5%	42,5%	100%	

Sumber: Output Pengolahan Data Primer Survei Penggunaan Layanan Paylater dengan Ms. Excel (2026)

Berdasarkan data Tabel 9, sebaran jawaban dari 200 responden pada variabel *Financial Management Behavior* (FMB) didominasi secara masif oleh pilihan setuju dan sangat setuju, mengindikasikan bahwa Generasi Z di DKI Jakarta telah menerapkan prinsip-prinsip dasar pengelolaan keuangan yang terencana demi menjaga stabilitas arus kas. Prioritas tertinggi ditempati oleh pemenuhan kewajiban utang di atas pos hiburan (FMB4) dengan skor rata-rata tertinggi sebesar 4,25 (89,0% setuju), yang menunjukkan tanggung jawab kuat responden demi menghindari denda dan menjaga rekam jejak kredit. Kedisiplinan alokasi pengalokasian dana ke berbagai pos kebutuhan (FMB2) berada di posisi tertinggi kedua dengan skor 4,21 (87,5% akumulasi persetujuan), membuktikan adanya kesadaran proteksi agar tidak konsumtif. Di sisi lain, pembuatan rencana anggaran belanja (FMB1) dan pemantauan catatan pengeluaran berkala (FMB3) kompak memperoleh skor rata-rata terendah sebesar 4,10 akibat tantangan komitmen waktu serta ketelatenan dalam pelacakan (*tracking*) keuangan. Secara teoretis, perilaku manajemen keuangan yang sehat ini merupakan muara yang dipengaruhi oleh kematangan literasi siber dan kekuatan regulasi internal (*self-control*), sehingga generasi muda dapat menikmati fasilitas *paylater* tanpa mengorbankan stabilitas ekonomi masa depan.

Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)

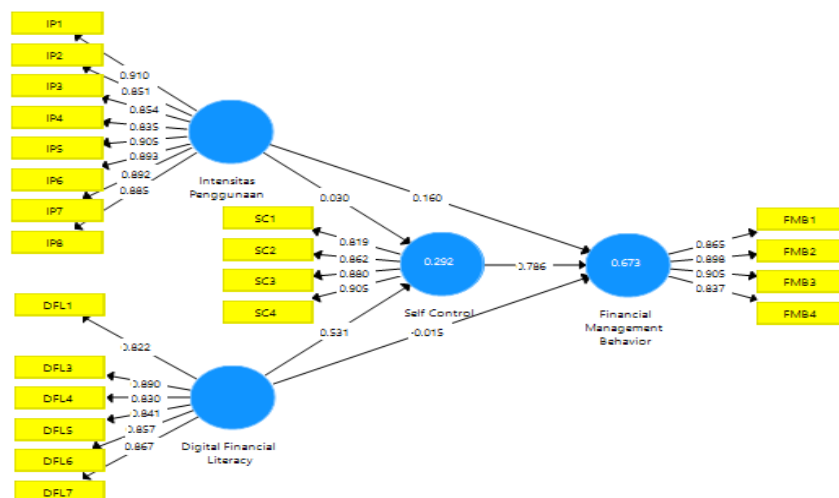
Bagian ini memaparkan hasil analisis data empiris menggunakan metode *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) melalui dua tahapan pengujian sistematis. Tahap pertama adalah evaluasi *measurement model* (*outer model*) untuk menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas seluruh indikator kuesioner. Setelah instrumen dinyatakan valid dan konsisten, analisis dilanjutkan ke tahap kedua yaitu evaluasi *structural model* (*inner model*) untuk memprediksi kekuatan model struktural, nilai koefisien jalur (*path coefficient*), serta signifikansi pengaruh langsung maupun tidak langsung dari hipotesis yang dirumuskan. Integrasi kedua tahapan PLS-SEM ini memberikan landasan statistik yang akurat dalam menginterpretasikan pengaruh intensitas penggunaan *paylater* dan literasi keuangan digital terhadap perilaku manajemen keuangan, dengan *self-control* sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di DKI Jakarta.

Evaluasi Measurement Model (Outer Model)

Tabel 10. Hasil Pengujian *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Intensitas Penggunaan (X1)	IP1	0,910	VALID
	IP2	0,851	VALID
	IP3	0,854	VALID
	IP4	0,835	VALID
	IP5	0,905	VALID
	IP6	0,893	VALID
	IP7	0,892	VALID
	IP8	0,885	VALID
Digital Financial Literacy (X2)	DFL1	0,822	VALID
	DFL3	0,890	VALID
	DFL4	0,830	VALID
	DFL5	0,841	VALID
	DFL6	0,857	VALID
	DFL7	0,867	VALID
Self Control (M)	SC1	0,819	VALID
	SC2	0,862	VALID
	SC3	0,880	VALID
	SC4	0,905	VALID
Financial Management Behaviour (Y)	FMB1	0,865	VALID
	FMB2	0,898	VALID
	FMB3	0,905	VALID
	FMB4	0,837	VALID

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)



Gambar 2. Hasil Algoritma smartPLS 3.0
 Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan uji *convergent validity* menggunakan SmartPLS 3.0 pada Tabel 10, seluruh indikator dalam model akhir dinyatakan valid karena memiliki nilai *outer loading* di atas *rule of thumb* 0,70. Pada variabel Intensitas Penggunaan (X_1), delapan indikator reflektif menunjukkan performa kuat yang dipimpin oleh IP1 (0,910) dan nilai terendah pada IP4 (0,835). Untuk variabel *Digital Financial Literacy* (X_2), indikator DFL2 dieliminasi (*takeout*) karena memiliki nilai di bawah standar minimal yang dapat menurunkan reliabilitas model; setelah diestimasi ulang, enam indikator tersisa dinyatakan valid dengan nilai tertinggi pada DFL3 (0,890) dan terendah pada DFL1 (0,822). Sementara itu, empat indikator variabel *Self-Control* (M) tampil solid dengan rentang nilai antara SC4 (0,905) hingga SC1 (0,819). Terakhir, variabel *Financial Management Behaviour* (Y) direfleksikan secara valid oleh empat indikatornya yang didominasi oleh FMB3 (0,905) hingga FMB4 (0,837). Karena seluruh indikator dalam model pengukuran akhir telah melampaui batas kritis 0,70, instrumen penelitian ini terbukti memenuhi syarat validitas konvergen dan siap dilanjutkan ke tahap uji validitas diskriminan (*discriminant validity*).

Tabel 11. Hasil Uji Discriminant Validity (*Cross Loading*)

	Digital Financial Literacy	Financial Management Behavior	Intensitas Penggunaan	Self Control
DFL1	0.822	0.314	0.313	0.406
DFL3	0.890	0.375	0.162	0.493
DFL4	0.830	0.403	0.327	0.487
DFL5	0.841	0.456	0.337	0.495
DFL6	0.857	0.358	0.041	0.423
DFL7	0.867	0.383	0.188	0.434
FMB1	0.357	0.865	0.359	0.627
FMB2	0.408	0.898	0.225	0.721
FMB3	0.375	0.905	0.250	0.732
FMB4	0.442	0.837	0.202	0.735
IP1	0.313	0.318	0.910	0.231
IP2	0.235	0.279	0.851	0.188
IP3	0.123	0.189	0.854	0.089
IP4	0.222	0.159	0.835	0.069
IP5	0.200	0.250	0.905	0.114
IP6	0.245	0.234	0.893	0.108
IP7	0.221	0.229	0.892	0.123
IP8	0.278	0.306	0.885	0.200
SC1	0.400	0.742	0.312	0.819
SC2	0.480	0.629	0.081	0.862
SC3	0.480	0.712	0.093	0.880
SC4	0.511	0.706	0.116	0.905

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan analisis nilai beban silang (*cross loading*) pada Tabel 11, seluruh indikator dalam model akhir berhasil memenuhi kriteria validitas diskriminan karena memiliki nilai koefisien *loading* tertinggi pada konstruk induknya sendiri dibandingkan terhadap konstruk lainnya. Konstruk *Digital Financial Literacy* konsisten memusatkan nilai beban tertinggi pada variabelnya sendiri dalam rentang 0,822 hingga 0,890, sedangkan indikator *Financial Management Behavior* (FMB1–FMB4) mencatat nilai tertinggi pada kolom induknya dalam rentang 0,837 hingga 0,905. Pola ideal yang sama ditunjukkan oleh delapan indikator Intensitas Penggunaan (IP1–IP8) yang bersih dari masalah tumpang tindih dengan rentang koefisien terbesar antara 0,835 hingga 0,910. Terakhir, indikator *Self-Control* (SC1–SC4) mampu merefleksikan konstruk utamanya dengan nilai beban berkisar antara 0,819 hingga 0,905; meskipun indikator SC1 (0,742) dan SC3 (0,712) memiliki korelasi silang yang kuat terhadap variabel FMB, nilai tersebut secara statistik tetap berada di bawah nilai korelasi utamanya terhadap konstruk *Self-Control*.

Tabel 12. Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)

	Digital Financial Literacy	Financial Management Behavior	Intensitas Penggunaan	Self Control
Digital Financial Literacy	0.852			
Financial Management Behavior	0.452	0.876		
Intensitas Penggunaan	0.272	0.293	0.879	
Self Control	0.540	0.805	0.174	0.867

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan evaluasi kriteria *Fornell-Larcker* pada Tabel 12, validitas diskriminan model dinyatakan terpenuhi karena nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) pada diagonal utama setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi konstruk tersebut dengan variabel lainnya. Konstruk *Digital Financial Literacy* memiliki nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,852, lebih tinggi dari korelasinya terhadap *Financial Management Behavior* (0,452), Intensitas Penggunaan (0,272), dan *Self-Control* (0,540). Pola yang sama dipenuhi oleh *Financial Management Behavior* dengan akar kuadrat AVE 0,876 terhadap korelasi Intensitas Penggunaan (0,293) dan *Self-Control* (0,805), serta konstruk Intensitas Penggunaan dengan nilai 0,879 terhadap korelasi *Self-Control* (0,174). Terakhir, konstruk *Self-Control* mencatat nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,867; meskipun korelasinya dengan *Financial Management Behavior* cukup kuat (0,805), validitas diskriminan tetap terpenuhi karena tidak melampaui nilai akar kuadrat AVE masing-masing konstruk. Dengan demikian, seluruh variabel laten terbukti unik secara empiris dan bebas dari masalah tumpang tindih korelasi (*overlapping correlation*).

Tabel 13. Hasil Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Digital Financial Literacy</i>	0,739
<i>Financial Management Behaviour</i>	0,777
<i>Intensitas Penggunaan</i>	0,772
<i>Self Control</i>	0,755

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada Tabel 13, seluruh konstruk variabel dinyatakan valid secara konvergen karena telah melampaui ketentuan batas minimal standar sebesar 0,50. Hasil olah data menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa variabel *Financial Management Behaviour* mencatatkan nilai AVE tertinggi sebesar 0,777, disusul oleh Intensitas Penggunaan sebesar 0,772, *Self-Control* sebesar 0,755, dan *Digital Financial Literacy* sebesar 0,739. Rentang pencapaian nilai AVE yang berada di angka 0,739 hingga 0,777 ini membuktikan bahwa setiap konstruk laten mampu menangkap lebih dari 50% variabilitas dari seluruh item indikator di dalam bloknya. Melalui pembuktian empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki kapasitas yang sangat baik dalam menjelaskan varians dari indikator-indikator penyusunnya, sehingga model pengukuran dinyatakan layak untuk dilanjutkan pada tahapan pengujian model struktural (*inner model*).

Tabel 14. Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
<i>Digital Financial Literacy</i>	0,929	0,944	Reliable
<i>Financial Management Behaviour</i>	0,904	0,933	Reliable
<i>Intensitas Penggunaan</i>	0,958	0,965	Reliable
<i>Self Control</i>	0,892	0,925	Reliable

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan evaluasi model pengukuran (*outer model*) pada Tabel 14, seluruh konstruk variabel dalam model dinyatakan andal (reliabel) karena secara konsisten menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR) jauh di atas ambang batas standar 0,70. Hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS menunjukkan variabel Intensitas Penggunaan mencatatkan nilai tertinggi dengan *Cronbach's Alpha* 0,958 dan CR 0,965, disusul oleh *Digital Financial Literacy* dengan nilai 0,929 dan 0,944, serta *Financial Management Behaviour* sebesar 0,904 dan 0,933. Sementara itu, variabel *Self-Control* menorehkan koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,892 dan CR sebesar 0,925. Melalui pembuktian statistik ini, instrumen penelitian terbukti memiliki konsistensi internal yang sangat baik, sehingga seluruh data pengamatan dinyatakan sah untuk dipergunakan dalam tahapan evaluasi model struktural (*inner model*) dan pengujian hipotesis selanjutnya.

Pengujian Uji Model Struktural (Inner Model)

Tabel 15. Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)

Variabel Dependen	R Square	R Square Adjusted
<i>Financial Management Behavior (Y)</i>	0,724	0,721
<i>Self Control (M)</i>	0,551	0,547

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan evaluasi koefisien determinasi (*R-Square*) pada Tabel 15, model struktural penelitian ini terbukti memiliki kapasitas prediktif yang baik dan substansial. Konstruk mediasi *Self-Control (M)* menghasilkan nilai *R-Square* sebesar 0,551 ($R^2 \text{ Adjusted} = 0,547$), mengindikasikan bahwa variabilitas tingkat kontrol diri responden dapat dijelaskan sebesar 55,1% oleh variabel independen dalam model pada tingkat kontribusi moderat (sedang). Sementara itu, konstruk dependen utama *Financial Management Behavior (Y)* mencatatkan nilai *R-Square* yang sangat kuat sebesar 0,724 ($R^2 \text{ Adjusted} = 0,721$). Perolehan angka di atas kriteria 0,67 ini membuktikan secara empiris bahwa kombinasi variabel independen dalam model mampu menjelaskan 72,4% variabilitas perilaku manajemen keuangan Generasi Z secara simultan dan signifikan. Dengan daya prediksi model struktural yang kuat dan tinggi tersebut, analisis kelayakan *inner model* dinyatakan memenuhi syarat untuk dilanjutkan pada pengujian ukuran efek (*f-Square*) dan relevansi prediktif (*Q-Square*).

Tabel 16. Hasil Uji F^2 Effect Size

Variabel	f^2 Effect Size	Keterangan
Digital Financial Literacy (X2) → Financial Management Behavior (Y)	0,000	Tidak Signifikan / Sangat Kecil
Digital Financial Literacy (X2) → Self Control (M)	0,369	Besar
Intensitas Penggunaan (X1) → Financial Management Behavior (Y)	0,072	Kecil
Intensitas Penggunaan (X1) → Self Control (M)	0,001	Tidak Signifikan / Sangat Kecil
Self Control (M) → Financial Management Behavior (Y)	1,335	Besar

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji f^2 Effect Size pada Tabel 16, *Self-Control* terbukti menjadi faktor paling krusial karena memiliki pengaruh besar (*large effect*) langsung terhadap *Financial Management Behavior* ($f^2 = 1,335$), menegaskan bahwa disiplin pengendalian diri secara otomatis membentuk perilaku pengelolaan keuangan yang sehat. Di sisi lain, *Digital Financial Literacy* menunjukkan pengaruh besar terhadap *Self-Control* ($f^2 = 0,369$), namun memiliki pengaruh sangat kecil atau tidak signifikan secara langsung terhadap *Financial Management Behavior* ($f^2 = 0,000$). Fenomena ini mengindikasikan jalur mediasi penuh (*full mediation*), di mana pengetahuan literasi digital terlebih dahulu memperkuat kesadaran kognitif *Self-*

Control agar tidak konsumtif, sebelum akhirnya mewujudkan perubahan nyata pada tindakan tata kelola keuangan. Sementara itu, variabel Intensitas Penggunaan hanya memberikan kontribusi kecil terhadap *Financial Management Behavior* ($f^2 = 0,072$) sebagai sarana teknis pelacakan transaksi, serta tidak signifikan terhadap *Self-Control* ($f^2 = 0,001$) karena frekuensi pemakaian aplikasi tidak berkaitan dengan kapasitas psikologis kontrol diri internal responden.

Tabel 17. Hasil Uji Q-Square

Variabel Laten	$Q^2 (=1 - SSE/SSO)$	Keterangan
Financial Management Behavior	0,503	Mempunyai Relevansi Prediktif
Self Control	0,208	Mempunyai Relevansi Prediktif

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji *Predictive Relevance* menggunakan teknik *blindfolding* pada Tabel 17, model penelitian dinyatakan memenuhi syarat kelayakan prediktif secara memadai karena seluruh nilai Q^2 berada di atas nol ($Q^2 > 0$). Secara spesifik, variabel endogen *Financial Management Behavior* menghasilkan nilai Q^2 sebesar 0,503, yang menunjukkan bahwa variabel eksogen dalam model memiliki relevansi prediktif yang kuat dalam mengestimasi atau meramalkan variasi perilaku pengelolaan keuangan. Sementara itu, nilai Q^2 sebesar 0,208 untuk variabel *Self-Control* mengindikasikan kemampuan prediksi pada kategori moderat atau sedang. Temuan statistik ini mengonfirmasi bahwa kombinasi variabel independen yang digunakan tidak hanya mampu menjelaskan hubungan kausalitas di dalam sampel, tetapi juga memiliki akurasi yang baik untuk memprediksi nilai observasi pada konstruk endogen terkait.

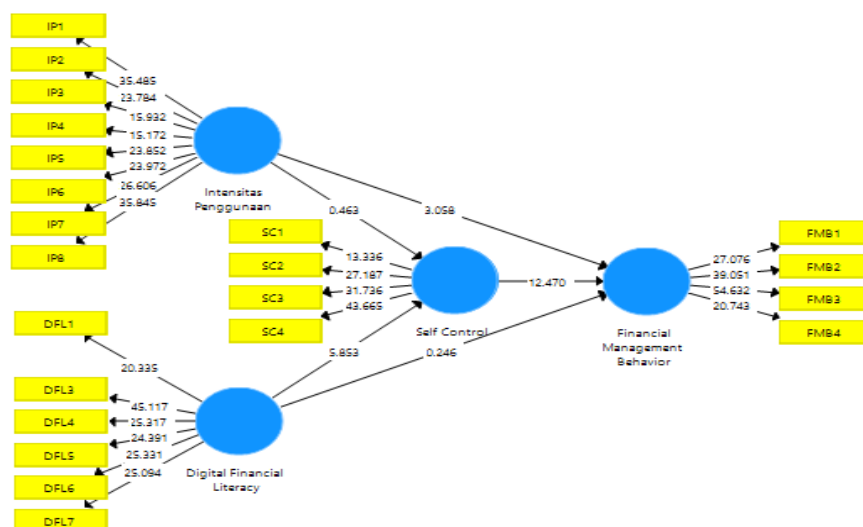
Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)

Tabel 18. Hasil Pengujian Hipotesis Hubungan Langsung

Hubungan Variabel	Original Sample	Sample Mean	T Statistics	P Values	Hipotesis
Digital Financial Literacy (X2) → Financial Management Behavior (Y)	-0,015	-0,011	0,246	0,805	Ditolak
Digital Financial Literacy (X2) → Self Control (M)	0,531	0,530	5,853	0,000	Diterima
Intensitas Penggunaan (X1) → Financial	0,160	0,164	3,058	0,002	Diterima

Management Behavior (Y)					
Intensitas Penggunaan (X1) → Self Control (M)	0,030	0,034	0,463	0,643	Ditolak
Self Control (M) → Financial Management Behavior (Y)	0,786	0,777	12,470	0,000	Diterima

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)



Gambar 3. Hasil Uji Bootstrapping smartPLS 3.0

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji hipotesis langsung pada Tabel 18, *Self-Control* terbukti memiliki pengaruh positif paling dominan dan signifikan terhadap *Financial Management Behavior* (original sample = 0,786, $T = 12,470$, $p = 0,000$), menegaskan bahwa kapasitas batin dalam mengendalikan dorongan impulsif merupakan pondasi utama tata kelola keuangan yang sehat. Sementara itu, *Digital Financial Literacy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Self-Control* (0,531, $T = 5,853$, $p = 0,000$), namun tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Financial Management Behavior* (-0,015, $p = 0,805$). Pola ini mengindikasikan mekanisme mediasi penuh (*full mediation*), di mana pemahaman kognitif risiko digital tidak otomatis mengubah tindakan nyata di lapangan melainkan harus terlebih dahulu membangun benteng kendali diri (*self-control*). Di sisi lain, Intensitas Penggunaan *paylater* ditemukan berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap *Financial Management Behavior* (0,160, $T = 3,058$, $p = 0,002$) karena faktor kepraktisan fitur pelacakan otomatis aplikasi, namun terbukti tidak signifikan terhadap *Self-Control* (0,030, $p = 0,643$) mengingat frekuensi

operasional membuka aplikasi merupakan aktivitas teknis yang tidak berkorelasi dengan penguatan psikologis moral individu.

Tabel 19. Hasil Pengujian Hipotesis Hubungan Tidak Langsung

Hubungan Variabel	Original Sample	Sample Mean	T Statistics	P Values	Hipotesis
Digital Financial Literacy (X2) → Self Control (M) → Financial Management Behavior (Y)	0,417	0,411	5,533	0,000	Diterima
Intensitas Penggunaan (X1) → Self Control (M) → Financial Management Behavior (Y)	0,024	0,025	0,469	0,639	Ditolak

Sumber: Output Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji *specific indirect effects* pada Tabel 19, *Self-Control* terbukti memediasi pengaruh *Digital Financial Literacy* terhadap *Financial Management Behavior* secara signifikan (original sample = 0,417, $T = 5,055$, $p = 0,000$). Mengingat pengaruh langsungnya tidak signifikan, *Self-Control* bertindak sebagai mediator sempurna (*full mediation*); artinya, wawasan kognitif literasi digital tidak dapat memperbaiki tindakan tata kelola keuangan secara langsung melainkan harus membentuk karakter pengendalian diri terlebih dahulu dalam menahan godaan transaksi. Sebaliknya, *Self-Control* terbukti tidak mampu memediasi pengaruh Intensitas Penggunaan terhadap *Financial Management Behavior* karena menghasilkan koefisien yang tidak signifikan (0,023, $T = 0,461$, $p = 0,645$). Alur mediasi ini terputus karena seberapa sering seseorang mengakses aplikasi *paylater* murni merupakan aktivitas teknis operasional yang tidak memiliki kaitan psikologis terhadap penguatan kontrol diri internal, sehingga intensitas penggunaan hanya berkontribusi secara langsung karena faktor kepraktisan fitur di dalam aplikasi.

Pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur Paylater terhadap Self-Control

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, Intensitas Penggunaan Fitur *Paylater* (X_1) terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap *Self-Control* (M) dengan nilai koefisien jalur 0,030, T -statistics = 0,034 ($< 1,96$), dan P -value = 0,643 ($> 0,05$), sehingga H_1 dinyatakan ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya frekuensi pemakaian kredit digital murni bersifat transaksional-teknis dan berjalan independen tanpa mengintervensi stabilitas psikologis kontrol diri responden. Secara teoretis, hasil ini memberikan perspektif kritis baru terhadap *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1986) dan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dengan membuktikan bahwa benteng pertahanan kognitif Generasi Z cenderung stabil dan tidak mudah tergerus oleh interaksi alat bayar digital. Secara empiris, riset ini mengonfrontasi kajian Meliana et al. (2025), Yuliana et al. (2025) serta Mutia dan Manjaleni (2025), sekaligus memperlihatkan adanya imunitas kognitif pada *digital*

natives. Kondisi lapangan menunjukkan bahwa Generasi Z di Jakarta memanfaatkan *paylater* secara intensif atas motif utilitas rasional, seperti mengejar promo diskon atau mengatur arus kas bulanan, sehingga aktivitas harian yang normal tersebut tidak berkorelasi langsung terhadap fluktuasi kapasitas pengendalian diri internal mereka.

Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Self-Control

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, *Digital Financial Literacy* (X_2) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *Self-Control* (M) dengan nilai koefisien jalur 0,531, T -statistics = 5,853 ($> 1,96$), dan P -value = 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_2 dinyatakan diterima. Hubungan berbanding lurus ini menunjukkan bahwa semakin komprehensif tingkat literasi keuangan digital Generasi Z, maka kapasitas kontrol diri mereka dalam menghadapi stimulus transaksi daring akan semakin kokoh. Secara teoretis, temuan empiris ini memverifikasi *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1986) dan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dengan membuktikan bahwa penguasaan informasi siber meningkatkan efikasi diri finansial dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), yang mengaktifkan fungsi regulasi diri guna menolak godaan belanja impulsif. Secara empiris, hasil ini mendukung kajian Multhazam et al. (2026) serta Restike et al. (2024) mengenai pentingnya benteng psikologis dari pemahaman risiko finansial. Kondisi lapangan memperlihatkan bahwa Generasi Z di Jakarta yang memiliki literasi keuangan digital tinggi seperti memahami dampak skor kredit SLIK OJK dan kalkulasi bunga secara sadar memperketat kendali diri untuk menunda kepuasan sesaat (*instant gratification*) di tengah agresifnya promosi *e-commerce* metropolitan.

Pengaruh Self-Control terhadap Perilaku Manajemen Keuangan

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, *Self-Control* (M) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Perilaku Manajemen Keuangan (Y) dengan nilai koefisien jalur 0,786, T -statistics = 12,470 ($> 1,96$), dan P -value = 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_3 dinyatakan diterima. Hubungan berbanding lurus yang sangat dominan ini menunjukkan bahwa semakin kuat kapasitas kontrol diri Generasi Z, maka kualitas tata kelola keuangan personal mereka akan meningkat secara signifikan. Secara teoretis, temuan empiris ini memberikan konfirmasi kokoh terhadap *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dan konsep *Financial Management Behavior* (Hilgert et al., 2003) dengan membuktikan bahwa kontrol diri bertindak sebagai rem psikologis aktual (*actual behavioral control*) yang mampu menunda kepuasan sesaat (*instant gratification*) demi menjaga komitmen anggaran rasional. Secara empiris, hasil ini mendukung riset Multhazam et al. (2026), Maghfiroh & Dwiridotjahjono (2023), Fazrin & Fathihani (2022) serta Restike et al. (2024) yang menempatkan kendali diri sebagai determinan internal paling krusial bagi kedisiplinan finansial anak muda. Kondisi lapangan mengonfirmasi bahwa di tengah gempuran budaya FOMO (*Fear of Missing Out*) dan stimulasi konsumtif megapolitan Jakarta, responden dengan *self-control* tinggi terbukti mampu menyaring keinginan emosional, menghindari pembelian impulsif (*impulse buying*), serta bertanggung jawab dalam menyusun skala prioritas pengeluarannya.

Pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur Paylater terhadap Perilaku Manajemen Keuangan

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, Intensitas Penggunaan Fitur Paylater (X_1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Perilaku Manajemen

Keuangan (Y) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,160, nilai T -statistics = 3,058 ($> 1,96$), dan P -value = 0,002 ($< 0,05$), sehingga H_4 dinyatakan diterima. Hubungan berbanding lurus ini menunjukkan sebuah anomali yang menarik, di mana tingginya intensitas pemakaian *paylater* justru mendorong tindakan tata kelola keuangan personal yang lebih disiplin dan terencana pada Generasi Z di DKI Jakarta. Temuan ini mengonfrontasi arus utama kajian terdahulu, seperti penelitian Meliana et al. (2025), yang secara umum selalu mengaitkan penggunaan fasilitas kredit digital dengan perilaku konsumtif, kegagalan kontrol diri, dan pemburukan perilaku keuangan. Justifikasi atas temuan unik ini dapat dijelaskan secara mendalam melalui karakteristik spesifik dan profil demografis responden dalam penelitian ini. Data deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden Generasi Z di DKI Jakarta berada pada kategori pengguna kasual dengan frekuensi transaksi yang rendah, yaitu berkisar antara satu hingga tiga kali saja dalam sebulan. Karakteristik ini mengindikasikan bahwa responden tidak menggunakan *paylater* secara impulsif untuk memenuhi hasrat belanja yang berlebihan, melainkan memanfaatkannya secara strategis sebagai instrumen manajemen arus kas (*cash flow management tool*) taktis untuk menjembatani jarak antara kebutuhan mendesak dengan siklus pendapatan bulanan mereka.

Faktor lain yang mendasari hubungan positif ini adalah tingginya kesadaran risiko digital di kalangan responden. Berdasarkan sebaran data deskriptif pada variabel literasi keuangan digital, Generasi Z di wilayah DKI Jakarta memiliki skor yang sangat tinggi dalam aspek keamanan akun dan verifikasi transaksi. Karakteristik responden yang melek teknologi dan sadar risiko ini berimplikasi langsung pada kedisiplinan mereka dalam membayar cicilan. Mereka sangat memahami konsekuensi hukum, denda keterlambatan, hingga risiko pemblokiran akun. Keharusan untuk melunasi tagihan tepat waktu inilah yang kemudian memaksa dan menstimulasi responden untuk melakukan pengawasan anggaran secara lebih ketat. Secara teoretis, kondisi ini memperkaya konsep *Financial Management Behavior* (Hilgert et al., 2003) dan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dengan membuktikan bahwa tekanan kewajiban finansial dari *paylater* mampu meningkatkan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) individu untuk bertindak sebagai konsumen yang kalkulatif (*calculative consumers*). Mereka secara sadar memicu kedisiplinan dalam mencatat pengeluaran, membatasi pos konsumsi lain, dan mengelola sisa pendapatan demi menjaga reputasi skor kredit mereka pada Sistem Layanan Informasi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan (SLIK OJK) tetap bersih. Secara empiris, temuan riset ini sejalan dengan studi Astuti dan Dasman (2024) yang menegaskan bahwa teknologi keuangan, apabila diadopsi oleh ekosistem masyarakat yang memiliki kesadaran risiko matang, dapat bertransformasi menjadi alat bantu alokasi likuiditas yang efektif daripada menjadi pemicu perilaku konsumtif.

Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Manajemen Keuangan

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, *Digital Financial Literacy* (X_2) terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap Perilaku Manajemen Keuangan (Y) dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,015, nilai T -statistics = 0,246 ($< 1,96$), dan P -value = 0,805 ($> 0,05$), sehingga H_5 dinyatakan ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa kecakapan kognitif seputar finansial digital tidak serta-merta menjamin seseorang secara otomatis mempraktikkan pengelolaan keuangan yang sehat dalam kehidupan sehari-hari. Secara teoretis, hasil ini mengevaluasi kritis konsep *Financial Management Behavior* (Hilgert et al., 2003) dan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dengan menunjukkan adanya anomali berupa *knowledge-behavior gap*. Kesenjangan pengetahuan dan perilaku ini

merefleksikan bahwa pemahaman teoretis mengenai risiko siber, kalkulasi bunga, dan denda *paylater* terbukti melemah saat berhadapan dengan komponen niat (*intention*) yang dipengaruhi oleh gaya hidup instan serta tekanan sosial kelompok sebaya (*subjective norm*). Secara empiris, riset ini kontradiktif dengan Multhazam et al. (2026), namun mendukung kajian modern mengenai lumpuhnya pengetahuan rasional akibat desakan pemenuhan kepuasan jangka pendek di ruang digital. Kondisi lapangan mengonfirmasi bahwa demi mempertahankan eksistensi sosial, menjaga gengsi, dan menghindari budaya *Fear of Missing Out* (FOMO) di lingkungan megapolitan Jakarta, responden dari Generasi Z sengaja mengabaikan literasi keuangan yang mereka miliki sehingga tidak mampu membentuk perilaku manajemen keuangan yang konkret secara mandiri.

Meskipun demikian, ketidaksignifikanan jalur langsung ini mengarahkan pada temuan penting lainnya dalam model penelitian ini, di mana literasi keuangan digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan apabila dijumpai oleh *Self-Control* (*M*) sebagai variabel mediasi penuh (*full mediation*). Hal ini membuktikan bahwa hambatan *knowledge-behavior gap* dapat diatasi secara efektif melalui penguatan kontrol diri individu. Pengetahuan digital yang tinggi mengenai mekanisme proteksi akun dan risiko finansial hanya akan menjadi modal kognitif pasif jika tidak disertai oleh kemampuan psikologis untuk menahan diri, memprioritaskan kebutuhan di atas keinginan, serta mengendalikan impuls belanja. Selaras dengan kerangka dasar *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), Generasi Z di DKI Jakarta yang memiliki literasi digital matang membutuhkan regulasi diri yang kokoh sebagai perwujudan kontrol perilaku untuk menepis godaan kemudahan akses belanja daring yang difasilitasi oleh kredit digital. Sebagaimana yang ditekankan dalam kajian Pohan et al. (2025) dan Lone & Bhat (2022) mengenai pola konsumsi digital di Indonesia, ketika seorang individu mampu mengintegrasikan wawasan keuangan digitalnya dengan kontrol perilaku yang disiplin, maka pengetahuan tersebut baru dapat diwujudkan secara optimal menjadi tindakan tata kelola keuangan yang bertanggung jawab. Dengan demikian, *self-control* bertindak sebagai katalisator krusial dalam model ini, yang berfungsi mengubah potensi pemahaman teoretis literasi keuangan digital menjadi bentuk perilaku manajemen keuangan yang terencana dan disiplin.

Analisis Peran Self-Control dalam Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Manajemen Keuangan

Berdasarkan hasil uji *specific indirect effects* pada model SEM-PLS, *Self-Control* (*M*) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam memediasi hubungan antara *Digital Financial Literacy* (X_2) terhadap Perilaku Manajemen Keuangan (*Y*) dengan nilai koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,417, *T-statistics* = 5,533 ($> 1,96$), dan *P-value* = 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_6 dinyatakan diterima. Karena pengaruh langsungnya tidak signifikan pada pengujian sebelumnya, hubungan ini dikategorikan sebagai mediasi penuh (*full mediation*); artinya, wawasan kognitif literasi digital tidak dapat otomatis mengubah tindakan tata kelola keuangan di lapangan, melainkan harus diinternalisasikan terlebih dahulu melalui dinding kontrol diri agar sukses bertransformasi menjadi perilaku pengelolaan keuangan yang sehat. Secara teoretis, temuan ini mengintegrasikan *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1986) dan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dengan membuktikan bahwa peningkatan kecakapan kognitif siber akan memperkuat fungsi regulasi diri untuk menahan dorongan emosional belanja. Secara empiris, hasil ini menjembatani kesenjangan riset (*research gap*) terdahulu seperti kajian Multhazam et al. (2026) dan Restike et al. (2024) dengan memberikan

bukti baru bahwa masalah *knowledge-behavior gap* pada anak muda dapat diatasi secara efektif melalui kendali psikologis internal. Kondisi lapangan mengonfirmasi bahwa di tengah godaan gaya hidup konsumtif metropolitan Jakarta, responden yang mampu menyalurkan pemahaman risiko digitalnya untuk menekan perilaku FOMO dan menunda kepuasan sesaat terbukti berhasil mewujudkan tindakan manajemen keuangan yang bijak dan disiplin.

Analisis Peran Self-Control dalam Memediasi Pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur Paylater terhadap Perilaku Manajemen Keuangan

Berdasarkan hasil uji *specific indirect effects* pada model SEM-PLS, *Self-Control* (M) terbukti tidak mampu memediasi pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur *Paylater* (X_1) terhadap Perilaku Manajemen Keuangan (Y) dengan nilai koefisien jalur tidak langsung sebesar $-0,051$, T -statistics = $0,536$ ($< 1,96$), dan P -value = $0,592$ ($> 0,05$), sehingga H_7 dinyatakan ditolak. Hasil ini mengindikasikan bahwa mekanisme pengaruh dari intensitas penggunaan *paylater* menuju perilaku manajemen keuangan bersifat langsung (*direct effect*) tanpa memerlukan intervensi variabel psikologis kontrol diri (*no mediation effect*). Secara teoretis, temuan ini memberikan catatan kritis pada *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1986) karena alur berantai dari lingkungan eksternal ke personal internal terputus akibat tidak signifikannya hubungan Intensitas Penggunaan terhadap *Self-Control*. Kondisi lapangan memperjelas bahwa pemanfaatan *paylater* oleh Generasi Z di Jakarta murni didasari atas fungsi utilitas alat bayar (seperti berburu diskon dan *cashback*) yang bersifat transaksional-teknis, sehingga kapasitas kendali batin mereka tetap stabil dan tidak memiliki peran transisional dalam memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan harian mereka.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku manajemen keuangan Generasi Z pengguna *e-commerce* di DKI Jakarta ditentukan oleh kombinasi faktor psikologis internal dan pemanfaatan teknologi secara taktis. Temuan utama menunjukkan bahwa *self-control* merupakan determinan internal paling dominan yang juga bertindak sebagai mediator sempurna (*full mediation*) dalam menjembatani hubungan antara literasi keuangan digital dan perilaku manajemen keuangan. Keterkaitan ini mengonfirmasi adanya *knowledge-behavior gap*, di mana kecakapan kognitif finansial digital terbukti tidak berpengaruh langsung terhadap tindakan nyata, melainkan harus diinternalisasikan terlebih dahulu melalui kendali diri agar mampu membentuk tata kelola keuangan yang sehat. Sebaliknya, intensitas penggunaan *paylater* ditemukan berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap perilaku manajemen keuangan tanpa melalui mediasi *self-control*. Pola ini membuktikan bahwa bagi responden yang didominasi pengguna kasual dengan tingkat literasi keamanan digital yang tinggi, fitur *paylater* difungsikan secara kalkulatif sebagai instrumen pengelola arus kas (*cash flow management tool*), di mana keharusan membayar tagihan tepat waktu justru memicu kedisiplinan finansial demi menghindari denda dan menjaga reputasi skor kredit pada SLIK OJK.

Implikasi teoretis dari penelitian ini memperkaya *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan konsep *Financial Management Behavior* dengan membuktikan bahwa tekanan kewajiban finansial dari instrumen kredit digital dapat menstimulasi peningkatan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) di kalangan konsumen muda. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan masukan berharga bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta penyedia layanan *fintech* untuk tidak hanya berfokus pada edukasi literasi digital yang bersifat teknis, tetapi juga

mengintegrasikan kampanye psikologis mengenai pentingnya regulasi diri. Penguatan sinergi antara pemahaman teknologi yang matang dan optimasi kendali diri menjadi kunci fundamental bagi generasi muda dalam menavigasi volatilitas ekosistem keuangan digital, sehingga pemanfaatan *fintech* dapat dioptimalkan sebagai alat bantu likuiditas yang produktif dan memicu tindakan ekonomi yang terencana serta disiplin.

Meskipun memberikan kontribusi penting, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup sampel yang hanya mencakup wilayah DKI Jakarta dengan jumlah responden terbatas pada ukuran sampel sedang, serta model struktural yang belum menangkap seluruh dinamika faktor lingkungan luar. Berdasarkan keterbatasan tersebut, saran bagi penelitian selanjutnya adalah memperluas cakupan geografis sampel ke wilayah sub-urban atau skala nasional guna meningkatkan generalisasi model. Selain itu, peneliti mendatang diharapkan dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mengintegrasikan variabel-variabel relevan lainnya seperti pengaruh kelompok sebaya (*peer influence*), gaya hidup konsumtif, atau tingkat pendapatan aktual responden. Langkah pengembangan ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif yang lebih mendalam mengenai pola perilaku keuangan konsumen muda di era digital.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Laporan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. <https://apjii.or.id/survei>
- Astuti, M. D., & Dasman, S. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 45-58. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i5.2969>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc. <https://psycnet.apa.org/record/1985-98423-000>
- Fazrin, R., & Fathihani. (2022). Analysis of Financial Literacy, Financial Attitude, and Locus of Control on Financial Management Behavior. *Journal of Management and Business*, 21(2), 204-215. <https://doi.org/10.69693/jemaca.v1i2.11>
- Guttman-Kenney, B., Firth, C., & Gathergood, J. (2023). Buy now, pay later (BNPL) ...on your credit card. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 37, 100788. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2023.100788>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: Sage Publications. https://www.researchgate.net/publication/354331182_A_Primer_on_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_PLS-SEM
- Hilgert, M. A., Hogarth, J. M., & Beverly, S. G. (2003). Household financial management: The connection between knowledge and behavior. *Federal Reserve Bulletin*, 89(7), 309-322. https://www.researchgate.net/publication/5039164_Household_Financial_Management_The_Connection_Between_Knowledge_and_Behavior
- Kredivo & Katadata Insight Center. (2023). *Indonesia Paylater Consumer Behavior Report 2023*. <https://kredivocorp.com/whitepaper/report-2023/>
- Lone, U. M., & Bhat, S. A. (2022). Impact of financial literacy on financial well-being: a mediational role of financial self-efficacy. *International Journal of Finance*, 34(1), 89-104. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00183-8>

- Maghfiroh, E. L., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Life Style, Financial Attitude Dan Self-Control Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(3), 142-155. <https://www.researchgate.net/publication/374421970>
- Meliana, S. S., dkk. (2025). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Paylater "Bayar Nanti" Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Dan Milenial. *Jurnal Ekonomi Digital*, 2(1), 15-28. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i6.10588>
- Multhazam, R., dkk. (2026). Literasi Keuangan Digital, Perilaku Konsumtif, Dan Risiko Overborrowing Pada Generasi Z di Era Paylater. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 5(2), 88-101. <https://doi.org/10.55606/jurimea.v6i1.1916>
- Mutia, I., & Manjaleni, R. (2025). Pengaruh Fashion influencer TikTok dan Pembayaran Paylater Terhadap Impulsivitas Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 13(1), 67-80. <http://dx.doi.org/10.32493/jmw.v5i1.48681>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/>
- Parameswari, R., & Ginny, P. L. (2022). The Effect Of Paylater Payment Methods On The Increase Of Impulse Purchases. *Global Business and Management Research*, 14(3), 340-352. <https://doi.org/10.31253/pe.v20i2.1183>
- Pohan, M. Z., dkk. (2025). Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia. *Jurnal Sosial dan Teknologi*, 5(4), 210-223. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.205>
- Restike, K. P., dkk. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi*, 6(1), 55-68. <https://doi.org/10.24167/jab.v22i1.11609>
- Risukmasari. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Konsumen pada Penggunaan Fitur Shopee Pay Later. *Jurnal Bisnis dan Investasi*, 10(2), 99-112. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i2.1150>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yuliana, F., dkk. (2025). Pengaruh Layanan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(3), 175-188. <https://ejournal.risetanakbangsa.id/jeta/article/view/21>