

PENGARUH *LIFESTYLE* TERHADAP *CONSUMPTIVE BEHAVIOUR* DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA PENGGUNA *SHOPEE PAYLATER*)

THE EFFECT OF LIFESTYLE ON CONSUMPTIVE BEHAVIOUR, WITH SELF-CONTROL AS A MEDIATING VARIABLE (A STUDY OF STUDENTS AT THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UDAYANA UNIVERSITY, WHO USE SHOPEE PAYLATER)

Ni Putu Rias Parawangsa Andini^{1*}, I Gde Ketut Warmika²

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana

*Email Correspondence: Riasparawangsa@gmail.com

Received: 15-07-2026 | Revised: 20-07-2026 | Accepted: 30-07-2026 | Published: 13-08-2026

Abstract

The fast-growing trend of the buy now, pay later (BNPL) service may cause uncontrolled consumerism among youngsters due to the accessibility of the digital credit. This research seeks to analyze the influence of lifestyle on consumptive behavior where self-control is the mediating variable among the students of the Faculty of Economics and Business of Udayana University, who utilize Shopee PayLater service. The research was performed among the students of the Faculty of Economics and Business of Udayana University where 120 students were selected through the purposive sampling technique. The data were gathered through the questionnaire survey and analyzed using the path analysis. The results indicate that all relationships among the variables are statistically significant, with a significance value (Sig.) of 0.000 (< 0.05), meaning that all hypotheses are supported. Specifically, lifestyle has a positive effect on consumptive behaviour, with a beta coefficient of 1.02. Conversely, lifestyle has a negative effect on self-control, with a beta coefficient of -0.74. Furthermore, self-control has a negative effect on consumptive behaviour, with a beta coefficient of -1.20. It has been proved through the mediation analysis that self-control is a significant mediator having an indirect effect equal to 0.89. The coefficient of determination (R Square) value of the self-control variable is 0.776, while the R Square value of consumptive behavior is 0.892. It can be said on the basis of the above findings that both the factors of lifestyle and self-control together account for 89.2% of variance in the consumptive behavior of students, while the remaining 10.8% of the variance is accounted for by other factors.

Keywords: *Lifestyle, Self-Control, Consumptive Behavior, Shopee PayLater, Students.*

Abstrak

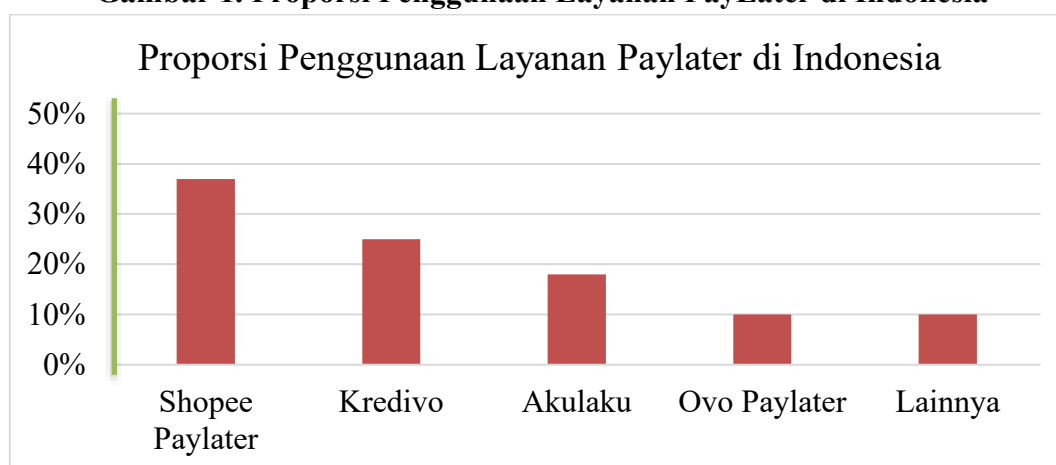
Tren layanan *buy now, pay later* (BNPL) yang menghadapi pertumbuhan pesat dapat menyebabkan konsumerisme yang tidak terkendali di kalangan anak muda karena kemudahan akses kredit digital. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh *lifestyle* terhadap *consumptive behavior* di mana *self-control* merupakan variabel mediasi di antara mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang menggunakan layanan *Shopee PayLater*. Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang dipilih sebanyak 120 mahasiswa melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner dan dianalisis menggunakan *path analysis*. Hasil menunjukkan bahwa semua hubungan antar variabel signifikan secara statistik, dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 ($< 0,05$), artinya semua hipotesis didukung. Secara khusus, *lifestyle* pengaruhnya positif terhadap *consumptive behavior*, dengan koefisien beta sebesar 1,02. Sebaliknya, *lifestyle* pengaruhnya negatif terhadap *self-control*, dengan koefisien beta sebesar -0,74. Selanjutnya, pengendalian diri memiliki pengaruh negatif terhadap *consumptive behavior*, dengan koefisien beta sebesar -1,20. Telah dibuktikan melalui analisis mediasi bahwa pengendalian diri merupakan mediator signifikan yang memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,89. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) variabel *self-control* adalah 0,776, sedangkan nilai *R Square consumptive behavior* adalah 0,892. Berdasarkan temuan di atas, dapat dikatakan bahwa kedua faktor *lifestyle* dan *self-control* bersama-sama menjelaskan 89,2% varians dalam *consumptive behavior* mahasiswa, sementara sisanya sebesar 10,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya.

Kata Kunci: *Lifestyle, Self-Control, Consumptive Behaviour, Shopee PayLater, Mahasiswa.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi, *e-commerce*, dan *financial technology (fintech)* telah mendorong pesatnya pemanfaatan layanan *buy now, pay later (BNPL)* atau *paylater*, yang kemungkinan membuat konsumen bertransaksi tanpa mengeluarkan uang namun akan membayarnya saat jatuh tempo. Secara global, nilai transaksi *BNPL* diproyeksikan terus meningkat seiring perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi muda, dengan Indonesia menjadi salah satu pasar potensial karena tingginya penetrasi internet dan *e-commerce*. Meskipun menawarkan kemudahan, penggunaan *paylater* juga menimbulkan risiko, seperti gagal bayar dan perilaku konsumtif yang dapat memicu *debt trap* apabila tidak diimbangi literasi keuangan yang memadai. Kenaikan jumlah peminat dari *paylater* di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor seperti mudahnya akses, ketersediaan fleksibilitas dalam membayar, dan adanya berbagai promo, dimana yang paling banyak dipergunakan yaitu Shopee PayLater.

Gambar 1. Proporsi Penggunaan Layanan PayLater di Indonesia



Sumber: Data iPrice, 2023

Shopee PayLater sebagai pelayanan *buy now, pay later (BNPL)* dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia menawarkan berbagai keunggulan, seperti aktivasi yang cepat, fleksibilitas tenor, integrasi penuh dengan platform Shopee, serta beragam promo yang menarik, sehingga menjadi pilihan utama bagi mahasiswa dan generasi muda (iPrice, 2023). Namun, kemudahan tersebut juga mengakibatkan meningkatnya perilaku konsumtif, pembelian impulsif, hingga risiko gagal bayar jika tanpa diimbangi dengan pengendalian diri yang memadai (OJK, 2023; Rahmawati & Prasetyo, 2022; Putri & Nugroho, 2021). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kemudahan sistem, promosi digital, gaya hidup, serta kepercayaan terhadap platform berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan digital dan kecenderungan konsumtif, yang sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dan *Self-Control Theory* (Gottfredson & Hirschi, 1990) dalam menjelaskan perilaku pengguna. Fenomena ini juga terlihat pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, di mana hasil pra-survei memperlihatkan mayoritas respondennya menggunakan Shopee PayLater karena mengikuti tren, tertarik pada promo, tetap berbelanja meskipun kondisi keuangan terbatas, serta membeli barang yang tidak

sepenuhnya dibutuhkan, sehingga mengindikasikan bahwa gaya hidup modern serta rendahnya pengendalian diri berkontribusi akan meningkatnya perilaku konsumtif.

Tabel Error! No text of specified style in document.. Hasil Kuesioner Pra- Survey

No	Pertanyaan	Ya (%)	Tidak (%)
1	Saya menggunakan Shopee PayLater untuk mengikuti tren belanja online.	66,67	33,33
2	Saya lebih sering membeli barang berdasarkan gaya hidup daripada kebutuhan.	60	40
3	Saya sulit menahan diri ketika melihat promo belanja dengan Shopee PayLater.	73,33	26,67
4	Saya sering menunda pembayaran tagihan Shopee PayLater.	50	50
5	Saya sering membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan.	70	30
6	Saya menggunakan Shopee PayLater meskipun kondisi keuangan terbatas.	63,33	36,67

Sumber : Data Pra-Survey, 2025

Penelitian terdahulu menunjukkan hubungan signifikan diantara gaya hidup, pengendalian diri, dan perilaku konsumtif. Maliki (2022) menemukan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif terhadap *consumptive behaviour* mahasiswa. Izazi et al. (2020) menegaskan bahwasanya literasi keuangan pengaruhnya negatif pada perilaku konsumtif, sedangkan *self-control* mampu memediasi hubungan tersebut. Penelitian Sitorus (2023) membuktikan bahwasanya pemanfaatan Shopee PayLater berdampak positif pada perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan Fariana et al. (2021) menghasilkan bahwa *self-control* dengan signifikan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil temuan Hikmiyah (2019) menekankan pentingnya literasi keuangan dalam mengelola utang dan pengeluaran.

Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan metode analisis regresi atau korelasi yang bersifat parsial, sehingga belum sepenuhnya menjelaskan peran *self-control* sebagai variabel mediasi diantara *lifestyle* dan *consumptive behavior*. Metode *path analysis* memiliki keunggulan dalam menguji hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel secara komprehensif (Hair et al., 2019). Riset ini dilaksanakan untuk mengisi kesenjangan itu dengan menguji dampak *lifestyle* terhadap *consumptive behaviour* melalui *self-control* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana pengguna Shopee PayLater. Maka dari itu, studi ini berjudul “Pengaruh *lifestyle* terhadap *consumptive behaviour* dengan *self control* sebagai variabel mediasi (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana pengguna Shopee Paylater).”

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif kausal-komparatif memakai jenis penelitian asosiatif guna menganalisa pengaruh *lifestyle* terhadap *consumptive behaviour* dengan *self-control* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana pengguna Shopee PayLater. Penelitian dilaksanakan pada periode Maret–Mei 2026 dengan objek penelitian berupa gaya hidup, kontrol diri, dan perilaku konsumtif mahasiswa yang memakai layanan *buy now pay later*. Variabel

lifestyle diukur melalui pendekatan AIO (*Activities, Interests, and Opinions*), *consumptive behaviour* mengacu pada *Compulsive Buying Scale* (CBS), sedangkan *self-control* mencakup kemampuan mengendalikan impuls, disiplin diri, kebiasaan, dan perhatian. Analisis hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan *path analysis* guna mengevaluasi pengaruh langsung, tidak langsung, dan total dalam model penelitian (Plummer, 1974; Faber & O'Guinn, 1992; Tangney et al., 2004; Ghazali, 2021).

Populasi penelitian yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana tahun ajaran 2025/2026 yang menggunakan Shopee PayLater, dengan sampel sejumlah 120 responden yang ditetapkan melalui teknik *purposive sampling*. Responden dipilih berdasarkan kriteria mahasiswa aktif pengguna Shopee PayLater, pernah menggunakan layanan tersebut minimal sekali pada tiga bulan terakhir, dan berusia 18–25 tahun. Data primer diraih dengan menggunakan metode survei online berbantuan Google Form, sementara data sekunder didapat dari buku, jurnal akademik, artikel, serta literatur yang berkaitan. Riset ini menggunakan skala Likert 5 poin dan mencakup indikator *lifestyle*, *self-control*, serta *consumptive behaviour*. Pengujian terhadap 30 responden menunjukkan seluruh butir pernyataan valid dikarenakan nilai *Pearson Correlation* ada di atasnya 0,30, sementara hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai *Cronbach's Alpha* besarnya 0,945 untuk *lifestyle*, 0,973 untuk *self-control*, serta 0,940 untuk *consumptive behaviour*, sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid dan reliabel (Hair et al., 2010; Sugiyono, 2020; Sugiyono, 2022; Nunnally, 1978).

Analisis data dilaksanakan memakai metode statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Statistik deskriptif berguna dalam menggambarkan karakteristik data dari nilai *minimum*, *maximum*, *mean*, dan *standard deviation*, sedangkan analisis inferensial menggunakan *path analysis* untuk menguji pengaruh *lifestyle* terhadap *self-control*, pengaruh *lifestyle* terhadap *consumptive behaviour*, pengaruh *self-control* terhadap *consumptive behaviour*, serta pengaruh tidak langsung *lifestyle* terhadap *consumptive behaviour* melalui *self-control*. Hipotesis testing akan dilalui menggunakan uji F dan uji t, beserta uji klasik asumsi yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas. Pemilihan *self-control* sebagai variabel mediator dilakukan dengan uji Sobel dan Uji *Variance Accounted For* (VAF), dengan kriteria VAF yang dipergunakan untuk mengidentifikasi apakah mediator adalah penuh, parsial, atau mendekati non-mediation. Melalui proses tersebut, penelitian ini berharap dapat memberikan wawasan empiris tentang mekanisme hubungan antara *lifestyle*, *self-control*, dan *consumptive behavior* dalam konteks mahasiswa yang menggunakan Shopee PayLater (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian dilaksanakan guna membantu menjelaskan bagaimana kondisi setiap variabel berdasarkan hasil respon yang didapatkan dari kuesioner yang memanfaatkan skala Likert berbasis kelima. Interval penilaian dari 0,80 digunakan sebagai acuan untuk membagi nilai rata-rata menjadi kelima kategori, antara lain sangat rendah, rendah, cukup, tinggi, dan sangat tinggi. Dari hasil analisis diketahui bahwasanya variabel *life style* mendapat nilai rata-rata 3,54 yang ada di kategori tinggi, artinya bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana memiliki *lifestyle* modern dan cenderung mengikuti tren digital, terutama dalam memanfaatkan Shopee PayLater. Indikator dengan nilai tertinggi terdapat pada penggunaan Shopee PayLater untuk berbagai jenis transaksi serta ketertarikan

terhadap promo dan diskon (3,63), sedangkan indikator dengan nilai terendah adalah frekuensi penggunaan Shopee PayLater untuk berbelanja online (3,37).

Sementara itu, variabel *self control* memperoleh nilai rata-rata besarnya 3,39 dengan kategori cukup, yang menunjukkan bahwasanya responden mempunyai tingkat pengendalian diri yang sedang dalam mengelola penggunaan Shopee PayLater, terutama ketika menghadapi promosi dan *flash sale*, meskipun kesadaran untuk menyesuaikan penggunaan dengan rencana keuangan tergolong tinggi (3,46). Di sisi lain, variabel *consumptive behaviour* bernilai rata-rata yakni 3,47 dengan kategori tinggi, yang memperlihatkan terdapatnya kecenderungan perilaku konsumtif dalam penggunaan Shopee PayLater. Indikator tertinggi terdapat pada pembelian yang didorong oleh cashback, diskon, promo cicilan 0%, serta tampilan promosi yang menarik (3,58), sedangkan indikator terendah adalah perasaan tidak menyesal setelah berbelanja menggunakan Shopee PayLater (3,35), yang mengindikasikan masih adanya keraguan setelah melakukan pembelian.

Hasil Analisis Inferensial

Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

1) Merumuskan Hipotesis Dan Persamaan Sub-struktural

Langkah pertama dari analisis jalur yaitu membuat rumusan hipotesis penelitian yang disusun berlandaskan teori yang ada.

- Life style* berpengaruh positif signifikan terhadap *consumptive behaviour*
- Life style* berpengaruh negatif signifikan terhadap *self control*
- Self control* berpengaruh negatif signifikan terhadap *consumptive behaviour*
- Self control* merupakan variabel mediasi pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour*

Pengaruh *life style* terhadap *self control* dikaji dengan program SPSS 26.0 for windows. Perhitungan sub-struktural pertama disajikan dalam Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Analisis Jalur Pada Sub-struktural 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	33,984	1,401		24,263	0,000
<i>Life style</i>	-0,643	0,064	-0,681	-10,101	0,000

R²: 0,464

Dependent Variable: *Self control*

Sumber: data diolah Tahun 2026

Mengingat hasil analisis jalur dalam Tabel 2 di atas, maka persamaan sub-struktur pertama dinyatakan sebagai $M = -0,681X + e_1$, yang berarti bahwa *life style* mempunyai pengaruh negatif terhadap *self control*, dimana semakin besar *life style*, maka semakin kecil pula *self control*. Selanjutnya, pengaruh *life style* dan *self control* terhadap *consumptive behaviour* diukur dari persamaan sub-struktur kedua dengan bantuan software SPSS 26.0 for Windows, seperti yang ditampilkan di Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Analisis Jalur Pada Sub-struktural 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22,132	3,238		6,835	0,000
<i>Life style</i>	0,319	0,082	0,351	3,884	0,000
<i>Self control</i>	-0,396	0,087	-0,411	-4,555	0,000

R^2 : 0,489

F_{sig} : 0,000

Dependent Variable: Consumptive behaviour

Sumber: data diolah Tahun 2026

Berikut ini merupakan penulisan persamaan sub-struktural 2 dari hasil analisis jalur yang ada dalam Tabel 3.

$$Y = \beta_1 X + \beta_3 M + e_2$$

$$Y = 0,351X - 0,411M + e_2$$

Hasil persamaan sub-struktural 2 menunjukkan bahwa variabel *life style* memiliki koefisien sebesar 0,351 terhadap *consumptive behaviour*, nilai koefisien positif tersebut bisa dimaknai bila *life style* meningkat maka *consumptive behaviour* akan juga meningkat. Variabel *self control* punya koefisien sebesar -0,411 *consumptive behaviour*, nilai koefisien negatif tersebut dapat diartikan apabila *self control* meningkat maka *consumptive behaviour* akan mengalami penurunan.

2) Bentuk diagram koefisien jalur

a) Pengaruh langsung (*direct effect*)

Pengaruh langsung terjadi bila satu variabel memberi Pengaruh kepada variabel lain tanpa adanya variabel mediator

(a) "Pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour* (β_1) sebesar 0,351

(b) Pengaruh *life style* terhadap *self control* (β_2) sebesar -0,681

(c) Pengaruh *self control* terhadap *consumptive behaviour* (β_3) sebesar -0,411"

b) Pengaruh tidak langsung (*indirect effect*)

Pengaruh tidak langsung terjadi bila terdapat variabel lain yang menjadi pemediasi hubungan kedua variabel. Pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour* dengan mediasi *self control* dapat dihitung dengan mengalikan β_2 dan β_3 , sehingga didapatkan hasil sebagai berikut ini:

$$\text{Indirect Effect} = \beta_2 \times \beta_3$$

$$= -0,681 \times -0,411$$

$$= 0,280.$$

Berlandaskan hitungan tersebut maka didapatkan besar Pengaruh tidak langsung pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour* dengan mediasi *self control* adalah sebesar 0,280

c) Pengaruh total (*total effect*)

Pengaruh total bisa diketahu dengan menambahkan pengaruh langsung *life style* terhadap *consumptive behaviour* (β_1) dan pengaruh tidak langsung *life style* terhadap *consumptive behaviour* melalui *self control* ($\beta_2 \times \beta_3$) maka didapatkan hasil seperti berikut ini:

$$\text{Total Effect} = \beta_1 + (\beta_2 \times \beta_3)$$

$$= 0,351 + 0,280$$

$$= 0,631.$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka diketahui besar pengaruh total pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour* dengan mediasi *self control* adalah sebesar 0,631

3) Menguji nilai koefisien determinasi (R^2) dan variabel *error term* (e)

Dalam hal ini, penelitian ini melihat kalkulasi nilai dari setiap koefisien determinasi yang diperoleh dari sub-struktural 1 dan sub-struktural 2 selain dari nilai dari setiap nilai *error term* untuk setiap sub-struktural guna membentuk model diagram jalur yang akhirnya dibuat. Berikut ini adalah hasil kalkulasi dari nilai *error term* yang diperoleh untuk setiap sub-struktural.

$$e_i = \sqrt{1 - R_i^2}$$

$$e_1 = \sqrt{1 - R_1^2} = \sqrt{1 - 0,464} = 0,732$$

$$e_2 = \sqrt{1 - R_2^2} = \sqrt{1 - 0,489} = 0,715$$

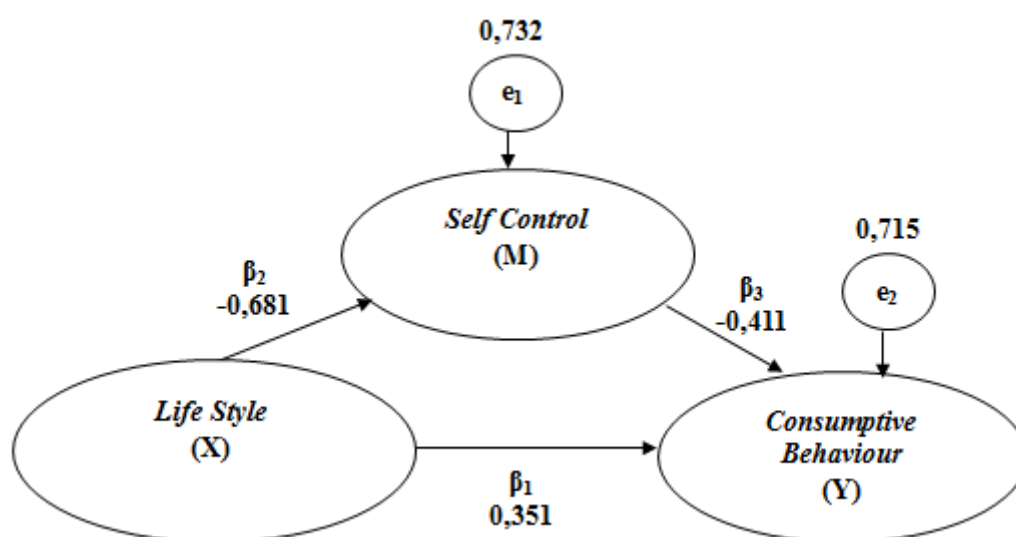
Berdasarkan hitungan *error term* (e), diperoleh hasil dari *error term* sub-struktural 1 (e1) sejumlah 0,732 dan *error term* sub-struktural 2 (e2) sejumlah 0,715, sehingga hasil dari koefisien determinasi total diperoleh dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned} R_m^2 &= 1 - (e_1)^2 (e_2)^2 \\ &= 1 - (0,732)^2 (0,715)^2 \\ &= 1 - (0,536) (0,511) \\ &= 1 - 0,274 = 0,726 \end{aligned}$$

Dari nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,726, maka diketahui bahwa sebanyak 72,6% variasi dari variabel *consumptive behaviour* ditentukan oleh variabel *life style* baik secara langsung maupun tidak langsung lewat *self control*, dengan sisa 27,4% ditentukan oleh variabel lain selain dalam model.

Dengan demikian berlandaskan penjelasan tentang persamaan sub-struktural tersebut maka akan ditampilkan nilai-nilai koefisien jalur dari setiap pengaruh variabel dari Gambar 2

Gambar 2. Model Analisis Jalur



Besar ukuran hubungan antara variable *life style* terhadap variable *self control* dan *consumptive behaviour* dan besar ukuran hubungan antara variable *self control* terhadap variable *consumptive*

behaviour dapat dilihat pada Gambar 2 dengan setiap besar ukuran pengaruh diperoleh dari *standardized coefficient Beta* dan besar nilai *error term* pada setiap persamaan sub-struktur.

4) Menguji koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)

Berdasarkan hasil uji regresi tersebut, didapatkan tingkat signifikansi $F_{7} = 0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwasanya variabel *life style* dan *self control* secara simultan memengaruhi *consumptive behaviour*.

5) Menguji koefisien jalur secara individual (pengujian hipotesis)

Kriteria pengecekan dalam penjelasan pengaruh antara setiap variabel adalah sebagai berikut:

Jikalau $\text{sig} \leq 0,05$ dimaknai H_0 ditolak dan H_a diterima

Jikalau $\text{sig} > 0,05$ dimaknai H_0 diterima dan H_a ditolak

a) Pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour*

H_{01} : “*Life style* tak positif signifikan memengaruhi *consumptive behaviour*”

H_{a1} : “*Life style* positif signifikan memengaruhi *consumptive behaviour*”

Hasil dari analisis jalur sub-struktur 2 tersebut menyatakan bahwa *life style* bernilai beta sebesar 0,351 dan sig sebesar $0,000 < 0,05$, dimaknai H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa *life style* pengaruhnya positif signifikan pada *consumptive behavior*. Oleh karena itu, hipotesis pertama diterima.

b) Pengaruh *life style* terhadap *self control*

H_{02} : “*Life style* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap *self control*”

H_{a2} : “*Life style* berpengaruh negatif signifikan terhadap *self control*”

Hasil dari analisis jalur sub-struktural 1 menunjukkan bahwasanya *life style* bernilai Beta berarti - 0,681 dan nilai Sig. berarti $0,000 < 0,05$, maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Ini menggambarkan bahwa *life style* berpengaruh yang negatif terhadap *self control*. Sehingga hipotesis kedua diterima.

c) Pengaruh *self control* terhadap *consumptive behaviour*

H_{03} : “*Self control* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap *consumptive behaviour*”

H_{a3} : “*Self control* berpengaruh negatif signifikan terhadap *consumptive behaviour*”

Hasil dari analisis regresi sub-structural 2 menyatakan bahwa nilai Beta dari *self control* adalah - 0,411 sedangkan nilai Sig.nya adalah $0,000 < 0,05$, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Hal ini membuktikan bahwa *self control* pengaruhnya negatif signifikan pada *consumptive behaviour*. Dengan kata lain, hipotesis ketiga dapat diterima.

6) Meringkas dan Menyimpulkan

Dari hitungan di atas, maka bisa diambil simpulan hasil perhitungan pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, serta pengaruh total dari setiap persamaan sub-struktur yang akan ditampilkan pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Pengaruh Langsung, *Life style* Terhadap *Consumptive behaviour* dengan dimediasi oleh *Self control*

Pengaruh variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh tidak langsung	Pengaruh Total	Std. Error	Sig.	Hasil
X→Y	0,351	0,280	0,631	0,082	0,000	Signifikan

X→M	-0,681	-0,681	0,064	0,000	Signifikan
M→Y	-0,411	-0,411	0,087	0,000	Signifikan

Sumber: data diolah Tahun 2026

Ringkasan nilai-nilai jalur pengaruh langsung dan tidak langsung yang terjadi antara variabel-variabel beserta nilai error dari setiap persamaan sub-struktural yang diperoleh menggunakan analisis jalur disajikan pada Tabel 4.

a) Pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour*

Berlandaskan hasil temuan, dapat diketahui bahwa *life style* berpengaruh langsung terhadap *consumptive behaviour* yakni 0,351 dan signifikansinya 0,000

b) Pengaruh *life style* terhadap *self control*

Berlandaskan hasil temuan, dapat diketahui bahwa *life style* berpengaruh langsung terhadap *self control* yakni -0,681 dan nilai signifikansinya 0,000

c) Pengaruh *self control* terhadap *consumptive behaviour*

Berlandaskan hasil temuan, dapat diketahui bahwa *self control* berpengaruh langsung terhadap *consumptive behaviour* yakni -0,411 dan nilai signifikansinya 0,000

d) Peran *Self control* dalam memediasi pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour*

Dari hasil temuan tersebut, ada sejumlah hal yang dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai pengaruh langsungnya yakni 0,351 dan pengaruh tidak langsungnya yakni 0,280 sedangkan nilai pengaruh totalnya yakni 0,631.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji normalitas

Uji normalitas guna menentukan apakah variabel pada riset ini mengikuti distribusi normal atau tidak, hal ini bisa dilihat dari hasil pengujian statistic non parametric Kolmogorov Smirnov menggunakan software SPSS. Hasil dapat dikatakan mengikuti distribusi normal jika nilai signifikansi > 0,05 ($\alpha=5\%$). Uji normalitas bisa diamati dalam Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Model Persamaan	Asymp. Sig. (2-tailed) Kolmogorov-Smirnov	Keterangan
Sub-struktural 1	0,200	Berdistribusi Normal
Sub-struktural 2	0,200	Berdistribusi Normal

Sumber : data diolah Tahun 2026

Hasil uji normalitas yang memakai *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diberikan dalam Tabel 5, berdasarkan nilainya dari kolom *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang dimiliki oleh sub-struktur 1 adalah 0,200 dan yang dimiliki oleh sub-struktur 2 juga 0,200. Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) Kolmogorov-Smirnov* yang lebih besar dari 0,05, berarti bahwa data yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan data yang terdistribusi normal, yang artinya asumsi normalitas sudah terpenuhi.

2) Uji multikolinieritas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang dilaksanakan guna mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas dalam penelitian model regresi. Dalam hal ini penelitian dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat sehingga tidak terjadi multikoleinerasi, ini dapat

dilihat dari nilai VIF (*variance inflation factor*) dan nilai *Tolerance* yaitu $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,10$. Berikut ini hasil uji multikoleineritas dari tabel 6

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Model Persamaan	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Sub-struktural 2	<i>Life style</i>	0,536	Bebas Multikoleniaritas
	<i>Self control</i>	0,536	Bebas Multikoleniaritas

Sumber : data diolah Tahun 202

Dapat dilihat berdasarkan Tabel 6 bahwasanya tidak terdapat variabel independen yang bernilai *tolerance* kurang dari 0,10 serta tak ada pula variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Dengan begitu, model regresinya terbebas dari masalah multikoleniaritas

3) Uji heteroskedastisitas

Regresi yang baik adalah regresi yang homoskedastis atau tidak mengalami heteroskedastisitas. Tujuan uji ini adalah untuk melihat adanya ketidakseimbangan varians pada residual dari satu observasi ke observasi lainnya. Apabila tidak terdapat variabel independen yang memiliki hubungan signifikan terhadap nilai absolute residual, atau nilai signifikansinya melampaui 0,05 maka model tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas. Statistik uji dengan menggunakan metode Glesjer.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model Persamaan	Sig.	Keterangan
Sub-struktural 1	0,225	Bebas Heteroskedastisitas
Sub-struktural 2	0,514	Bebas Heteroskedastisitas
	0,646	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah Tahun 2026

Dengan demikian, berdasarkan data pada Tabel 7 di atas, diketahui bahwasanya setiap model bersignifikansi yang lebih besar dibanding 0,05, sehingga bisa diambil simpulan pada penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

1) Uji Sobel

Pengetesan hipotesis mediasi menggunakan metode uji sobel. Metode uji sobel digunakan untuk mengetes kekuatan hubungan tidak langsung antara variabel *Life style* (X) terhadap *consumptive behaviour* (Y) melalui variabel *Self control* (M). Caranya dengan mengubah koefisien jalur X ke M (a) dengan koefisien jalur M ke Y (b) atau ab. Standard error dari koefisien a dan b dituliskan menjadi Sa dan Sb, sementara *standard error* tidak langsung (*indirect effect*) dituliskan menjadi Sab. Jika nilai Z diperoleh lebih besar dari 1,96, maka ditolaknya Ho, dimana *self control* adalah mediator.

H₀₄: *Self control* tidak memediasi pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour*

H_{a4}: *Self control* memediasi pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour*

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}}$$

Keterangan :

$$a = 0,681$$

$$S_a = 0,064$$

$$b = 0,411$$

$$S_b = 0,087$$

$$Z = \frac{0,681 \cdot 0,411}{\sqrt{(0,411^2 \cdot 0,064^2) + (0,681^2 \cdot 0,087^2) + (0,064^2 \cdot 0,087^2)}}$$

$$Z = \frac{0,280}{0,065}$$

$$Z = 4,302$$

Berlandaskan hasil Uji Sobel memperlihatkan bahwasanya hasil Z_{hitung} sebesar $4,302 > 1,96$ maka bisa dinyatakan H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Hasil ini berarti bahwasanya variabel *self control* dapat mediasi pengaruh signifikan antara *life style* terhadap *consumptive behaviour*. Sehingga hipotesis keempat dapat diterima

2) Uji VAF

Variance Accounted For (VAF) adalah ukuran sejauh mana variabel mediators mampu menyerap pengaruh langsung. VAF test adalah sebuah uji yang dilakukan guna mengukur korelasi dari nilai koefisien jalur terhadap nilai total koefisien jalur. Formula perhitungan nilai VAF yakni :

$$\begin{aligned} \text{VAF} &= \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh langsung} + \text{Pengaruh tidak langsung}} \\ &= \frac{0,280}{0,351 + 0,280} \\ &= 0,4436 (44,36\%) \end{aligned}$$

Adapun kriteria bagi bentuk pengaruh mediasi dengan nilai VAF ialah: “Jika nilai VAF di atas 80%, maka menunjukkan peran mediasi sebagai pemediasi penuh (*full mediation*). Jika nilai VAF di antara 20% - 80%, maka dapat diaktegorikan sebagai pemediasi parsial (*partial mediation*). Jika nilai VAF kurang dari 20%, maka menunjukkan hampir tidak ada Pengaruh mediasi.” Dari hasil perhitungan Uji VAF mendapatkan nilai 44,36% yang berada pada rentang 20%-80% yang berarti *self control* merupakan mediasi partial atau mediasi parsial dalam hubungan antara *life style* terhadap *consumptive behavior*.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Life Style terhadap Consumptive Behaviour Pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana

Pengujian hipotesis pada *life style* terhadap *consumptive behaviour*, menunjukkan bahwasanya *life style* pengaruhnya positif dan signifikan terhadap *consumptive behaviour*. Hasil ini diartikan semakin meningkatnya *life style* yang dimiliki mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana maka semakin meningkat perilaku konsumtif yang ditunjukkan dalam menggunakan layanan Shopee PayLater. Gaya hidup yang tinggi mendorong individu mengekspresikan diri melalui konsumsi. Pengaruh lingkungan sosial dan perkembangan teknologi memperkuat perubahan perilaku konsumsi. Perkembangan

digital mempercepat pola konsumsi menjadi lebih instan dan impulsif. *Lifestyle* menjadi salah satu faktor dalam menentukan perilaku konsumtif seseorang

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dengan gaya hidup modern cenderung lebih aktif dalam melakukan konsumsi. Temuan penelitian ini menjelaskan bahwasanya mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana bergaya hidup yang tergolong tinggi, dimana mereka memiliki ketertarikan mengikuti promo atau diskon yang ditawarkan melalui Shopee PayLater dan mereka bersedia untuk membeli produk yang sedang tren. Shopee PayLater menjadi fasilitas yang semakin memperkuat perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana karena memberikan kemudahan dalam bertransaksi tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung. Kemudahan transaksi melalui layanan seperti Shopee PayLater membuat mereka untuk membeli secara cepat dan praktis.

Temuan yang didapat pada studi ini selaras dengan teori perilaku konsumen yang mengatakan bahwa gaya hidup berdampak pada pola konsumsi individu. Gaya hidup konsumtif akan membuat individu menganggap belanja merupakan salah satu wujud *self-expression* dan cara mendapatkan kepuasan. Selain itu, adanya kemudahan akses kredit digital seperti Shopee PayLater juga mempercepat terjadinya perilaku konsumtif, dikarenakan meminimalisir hambatan keuangan ketika melakukan pembelian. Hasil riset ini selaras terhadap temuan terdahulu yang relevan. Septiani et al. (2021) menghasilkan bahwa gaya hidup hedonistik pengaruhnya positif kepada perilaku konsumtif mahasiswa. Rahmawati dan Prasetyo (2022) menemukan bahwa *lifestyle* modern meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif. Rahman dan Fatima (2024) menegaskan bahwa orientasi gaya hidup modern meningkatkan perilaku konsumtif dalam belanja daring. Konsistensi hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *lifestyle* merupakan variabel yang berperan penting dalam perilaku konsumtif.

Pengaruh Life Style terhadap Self Control Pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana

Pengujian hipotesis pada pengaruh *life style* terhadap *self control*, menunjukkan bahwasanya *life style* pengaruhnya negatif dan signifikan terhadap *self control*. Hasil ini berarti semakin meningkatnya *life style* yang dimiliki mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, maka semakin menurun *self control* atau pengendalian diri dalam menggunakan layanan Shopee PayLater. *Lifestyle* mencerminkan pola hidup individu yang ditunjukkan lewat aktivitas, minat, dan opini di kehidupan sehari-hari. *Lifestyle* yang tinggi dapat mengganggu kemampuan individu dalam mengontrol impuls. Konsep *self control* menurut Baumeister dan Vohs (2021) memperjelas bahwasanya pengendalian diri adalah kemampuan individu saat mengatur impuls dan perilaku.

Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwasanya mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Mahasiswa mempunyai *lifestyle* yang tinggi, dimana mereka lebih cenderung memiliki orientasi konsumtif, mengikuti tren, serta berusaha memenuhi kebutuhan gaya hidup modern. Kondisi ini mendorong mereka untuk memanfaatkan fitur pembayaran seperti Shopee PayLater tanpa pertimbangan yang matang. Peningkatan gaya hidup konsumtif akan dapat menurunkan kemampuan mahasiswa dalam mengontrol diri, terutama dalam pengambilan keputusan keuangan. Mahasiswa yang memiliki *lifestyle* tinggi cenderungnya lebih mudah terpapar oleh promosi, diskon, maupun kemudahan

transaksi yang ditawarkan oleh platform *e-commerce*, sehingga *self control* yang mereka miliki menjadi menurun.

Hasil penelitian ini selaras terhadap teori perilaku konsumen yang mengungkapkan bahwasanya individu dengan orientasi gaya hidup konsumtif cenderung memiliki tingkat *impulsive buying* yang lebih tinggi, yang pada akhirnya menurunkan *self control*. Selain itu, kemudahan akses kredit instan seperti Shopee PayLater semakin memperkuat perilaku tersebut karena memberikan fleksibilitas pembayaran tanpa harus memiliki dana secara langsung. Hasil temuan ini selaras terhadap studi Fitriani dan Ariani (2021) mengungkapkan bahwasanya gaya hidup hedonistik berpengaruh negatif terhadap *self control* mahasiswa. Pramudita dan Iriani (2021) menemukan bahwa gaya hidup belanja online menurunkan kemampuan kontrol diri. Sitorus (2023) mengemukakan bahwasanya mahasiswa dengan *lifestyle* konsumtif memiliki *self control* yang lebih rendah. Konsistensi hasil tersebut menunjukkan bahwa *lifestyle* berperan dalam menurunkan *self control* individu

Pengaruh *Self Control* terhadap *Consumptive Behaviour* Pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana

Pengujian hipotesis pada pengaruh *self control* terhadap *consumptive behaviour*, memperlihatkan bahwasanya *self control* pengaruhnya negatif dan signifikan terhadap *consumptive behaviour*. Hasil ini dapat diartikan semakin tinggi tingkat *self control* yang dimiliki mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki dalam pengguna layanan Shopee PayLater. *Self control* menjelaskan bahwa individu mampu mengatur dorongan internal untuk mencapai tujuan jangka panjang. Pengendalian diri membantu individu dalam menghindari perilaku impulsif. Kemampuan ini berhubungan dengan kesadaran finansial dan perencanaan keuangan. *Self control* berfungsi sebagai mekanisme pengendali perilaku konsumsi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwasanya mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana mempunyai *self control* yang cukup baik, hal ini tercermin dari kemampuan sebagian mahasiswa dalam mempertimbangkan keputusan pembelian dan tidak sepenuhnya didorong oleh keinginan sesaat. Namun masih terdapat kecenderungan bahwa mahasiswa relatif mudah terpengaruh oleh berbagai stimulus eksternal, seperti promosi, diskon, serta kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh platform *e-commerce*. Meskipun *self control* berada pada kategori cukup baik, pengendalian diri tersebut belum sepenuhnya stabil dalam menghadapi tekanan situasional. Kemudahan akses pembayaran melalui fitur Shopee PayLater turut memperkuat kecenderungan tersebut. Fasilitas ini memungkinkan mahasiswa untuk tetap melakukan transaksi meskipun keterbatasan dana yang sedang dihadapi, sehingga keputusan pembelian lebih banyak didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan, yang pada akhirnya meningkatkan perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.

Temuan ini selaras terhadap teori perilaku konsumen yang menghasilkan bahwa *self control* yaitu salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian. Seseorang yang tingkat *self control*-nya rendah cenderungnya berperilaku *impulsive buying* yang lebih tinggi, sehingga meningkatkan perilaku konsumtif. Sebaliknya, Individu yang memiliki *self control* tinggi dapat mengontrol gairah tersebut dan berperilaku secara rasional. Hasil penelitian ini selaras terhadap riset Izazi et al. (2021) mengemukakan bahwasanya *self control* secara negatif memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Fariana et al. (2021) menemukan bahwa rendahnya kontrol diri meningkatkan pembelian impulsif. Liang et al. (2024) mengungkap bahwasanya *self control* dapat menekan perilaku konsumtif akibat pengaruh

media sosial. Konsistensi hasil tersebut memperlihatkan bahwasanya *self control* berperan untuk meminimalisir perilaku konsumtif.

Peran Mediasi *Self-Control* dalam Hubungan *Life style* dan *Consumptive Behaviour* Pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana

Pengujian hipotesis peran *self control* memediasi pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour*, menunjukkan bahwa *self control* merupakan variabel mediasi parsial pengaruh *life style* terhadap *consumptive behaviour*. Hasil ini dapat diartikan semakin meningkat *life style* yang dimiliki mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana tak hanya secara langsung memengaruhi perilaku konsumtif pada penggunaan layanan Shopee PayLater, tetapi juga secara tidak langsung melalui *self control*. *Lifestyle* yang tinggi menyebabkan penurunan *self control* pada individu. Penurunan *self control* berdampak pada meningkatnya perilaku konsumtif. *Self control* berperan sebagai penghubung antara *lifestyle* dan perilaku konsumtif. Perubahan *self control* jadi salah satunya faktor dalam menjelaskan perilaku konsumsi yang dimiliki oleh seseorang

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwasanya mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana mempunyai *lifestyle* yang tinggi, dimana mereka lebih cenderung memiliki orientasi konsumtif, mengikuti tren, serta berusaha memenuhi kebutuhan gaya hidup modern. Peningkatan gaya hidup konsumtif akan dapat menurunkan kemampuan mahasiswa dalam mengontrol diri, terutama dalam pengambilan keputusan keuangan. Mahasiswa yang memiliki *lifestyle* tinggi cenderungnya lebih mudah tertarik oleh promosi, diskon, maupun kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh platform *e-commerce*, sehingga *self control* yang mereka miliki menjadi menurun. Kemudahan penggunaan Shopee PayLater juga memperkuat temuan ini. Shopee PayLater memberikan fleksibilitas dalam pembayaran yang secara tidak langsung melemahkan fungsi kontrol diri, sebab mahasiswa bisa membeli sesuatu tanpa harus memiliki dana secara langsung. Akibatnya, *self control* hanya berperan sebagai penghambat sebagian, bukan sebagai faktor yang mampu sepenuhnya menekan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh *lifestyle* yang dimiliki mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana

Hasil studi ini selaras pada teori perilaku konsumen yang mengungkapkan bahwasanya individu dengan orientasi gaya hidup yang tinggi cenderungnya memiliki tingkat *impulsive buying* yang lebih tinggi, yang pada akhirnya menurunkan *self control*. Selain itu, kemudahan akses kredit instan seperti Shopee PayLater semakin memperkuat perilaku tersebut karena memberikan fleksibilitas pembayaran tanpa harus memiliki dana secara langsung dan pada akhirnya akan meningkatkan perilaku konsumtif yang dimiliki. Hasil riset ini selaras terhadap penemuan Mariana et al. (2025) memperlihatkan bahwasanya *self control* memediasi hubungan antara *lifestyle* dan perilaku konsumtif. Lestari dan Haris (2024) menemukan bahwa gaya hidup meningkatkan pembelian impulsif melalui penurunan kontrol diri. Yustisia dan Fauziah (2022) menyatakan bahwa *self control* berperan dalam penggunaan paylater secara rasional. Konsistensi hasil tersebut menunjukkan bahwasanya *self control* merupakan mediator penting dalam hubungan *lifestyle* dan perilaku konsumtif,

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan terhadap mahasiswa yang menggunakan layanan Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, ditemukan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) *Life style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *consumptive behaviour* pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Hasil ini dibuktikan dengan meningkatnya *life style* yang dimiliki mahasiswa akan memberikan dampak terhadap peningkatan *consumptive behaviour* pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
- 2) *Life style* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *self control* pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Hasil ini dibuktikan dengan meningkatnya *life style* yang dimiliki mahasiswa akan memberikan dampak terhadap penurunan *self control* pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
- 3) *Self control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *consumptive behaviour* Pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Hasil ini dibuktikan dengan meningkatnya *self control* yang dimiliki mahasiswa maka akan dapat berdampak terhadap penurunan *consumptive behaviour* pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
- 4) *Self control* merupakan variabel mediasi parsial pengaruh antara *life style* terhadap *consumptive behaviour* pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Hasil ini dibuktikan dengan meningkatnya *life style* yang dimiliki oleh mahasiswa tidak hanya berdampak langsung terhadap perilaku *consumptive behaviour* pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, tetapi juga secara tidak langsung melalui *self control*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, V., Sari, N., & Suryani, L. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Spaylater di Shoope. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10429–10441.
- Alhabsyi, F. R., & Wijayanti, R. (2022). Distraksi digital dan pengaruhnya terhadap kontrol diri mahasiswa dalam perilaku konsumsi. *Jurnal Psikologi dan Konseling*, 8(1), 78–88.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2007). Self-regulation, ego depletion, and motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 115–128.
- Chaudhary, R., et al. (2025). Understanding the psychology of impulse buying in e-commerce: A behavioral review. *Journal of Marketing and Social Research*, 12(2), 88–102. (Artikel ditemukan melalui JMSR Online.)
- Choudhary, A. (2024). [Judul artikel tidak ditemukan]. [Nama jurnal tidak ditemukan]. (Catatan: Gunakan placeholder sampai data asli ditemukan.)
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459–469. <https://doi.org/10.1086/209315>
- Fariana, S., et al. (2021). Pengaruh self-control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(2), 68–75. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/download/10209/pdf>
- Fitri, T. D., & Adji, W. H. (2024). Pengaruh ShopeePaylater terhadap Daya Beli dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Politeknik Piksi Ganesha Bandung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3601–3614. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1137>

- Fitriani, E., & Ariani, D. (2020). Pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Psikologi Insight*, 12(1), 23–34.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hikmiah, J. (2019). Pengaruh literasi keuangan dan religiusitas terhadap perilaku pengelolaan utang dengan self-control sebagai variabel mediasi pada masyarakat di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 45–60.
- Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan self-control sebagai variabel mediasi. *Review of Accounting and Business*, 1(1), 35–43. <https://doi.org/10.52250/reas.v1i1.333>
- Katadata Insight Center. (2021). Survei penggunaan layanan Buy Now Pay Later di Indonesia. <https://katadata.co.id/berita/2021/10/13/penetrasi-buy-now-pay-later-di-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lestari, Nuraqni Dwi Bunga Lestari., & Suasana, I Gst. A. Kt. Gd. (2024). Determinan Belanja Online Menggunakan Aplikasi Tokopedia Pada Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(11), 2345-2357
- Lestari, S. D., & Haris, H. (2024). Pengaruh sosial, gaya hidup, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui Shopee PayLater pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. *Jurnal Masharif al-Syariah*, 9(1), 389–404.
- Liang, X., et al. (2024). Comprehensive analysis of the effect of social influence and brand image on purchase intention.
- Maliki, D. C. (2022). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Skripsi). IAIN Manado. <https://repository.iain-manado.ac.id/1779/>
- Mariana, R., Wahyuni, R., Rahmat, A., & Oskar, D. P. (2025). Peran self-control sebagai mediasi penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif generasi Z. *Psyche 165 Journal*, 18(1), 47–52. <https://doi.org/10.35134/jpsyl65.v18i1.518>
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol diri: Definisi dan faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69.
- Pramudita, A. A., & Iriani, S. S. (2021). Hubungan antara gaya hidup digital dengan self-control pada pengguna layanan paylater. *Jurnal Ilmiah Psikologi MINDSET*, 6(2), 45–55.
- Prawira, I. W., & Warmika, I. G. K. (2025). Peran brand trust memediasi pengaruh social media marketing terhadap purchase decision pada TikTok Shop. *E-Jurnal Manajemen*, 14(8), 1956–1984. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i4.p3>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater pada Generasu Millenial. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 3.
- Rahmawati, Y., & Purwanto, B. (2020). Pengaruh gaya hidup modern dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 45–54.
- Septiani, M., Widodo, J., & Suprpti, N. W. S. (2021). Pengaruh gaya hidup hedonisme dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2), 123–133.
- Sitorus, E. S. (2023). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Perbankan Syariah*, 1–141.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324.

- Taqwa, Yayang Syania Sabilla., & Mukhlis, Imam. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(07), 831-840.
- Yuniar, Nadira Fianda Yuniar., & Nafiati, Lu'lu'. (2025). Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Pola Pengeluaran Keuangan Mahasiswa Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 14(04), 585-596
- Yustisia, C. A., & Fauziah, I. (2022). Financial technology, gaya hidup, dan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 1(2), 98–109.