



Kontrol diri pada perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur *shopee pay later*

Self-control on the consumptive behavior of teenagers who use the shopee pay later feature

Article History

Accepted
May 28, 2023

Received
May 05, 2023

Published
November 25, 2023

Muhammad Robeth Fuadi^{1*}, Dellawaty Supraba²

^{1,2} Universitas Merdeka Malang, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to explain the effect of self-control on the consumptive behaviour of teenagers who use the Spaylater feature. This study uses a quantitative research design. The population in this study are teenagers who use the Spaylater feature and are not known with certainty (infinite population). The sample taken amounted to 140 teenage respondents who used the Spaylater feature. This sampling technique uses an accidental sampling technique. Based on the results of hypothesis testing, self-control has a significant effect on consumptive behaviour. This study shows the self-control variable's coefficient of determination for adolescent Spaylater users' consumptive behaviour. These results indicate that self-control has an influence of 47% on the consumptive behaviour of adolescent Spaylater users. In contrast, other factors not mentioned in this study influence the rest

KEY WORDS:

self control; consumptive behavior; adolescent; shopee pay

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur *Spaylater*. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja yang menggunakan fitur *Spaylater* dan tidak diketahui secara pasti (populasi *infinite*). Sampel yang diambil berjumlah 140 responden remaja yang menggunakan fitur *Spaylater*. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Berdasarkan hasil uji

¹Corresponding Author: Muhammad Robeth Fuadi, email: robethfuadi5@gmail.com, Univeritas Merdeka, Jl. Terusan Dieng No. 62-64, Kota Malang, 65146, Indonesia

hipotesis, kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini menunjukkan koefisien determinan variabel kontrol diri (R-Square) untuk perilaku konsumtif remaja pengguna *Spaylater*. Hasil ini menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh sebesar 47% terhadap perilaku konsumtif remaja pengguna *Spaylater*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

KATA KUNCI

kontrol diri; perilaku konsumtif; remaja: *shopee pay*



Copyright ©2023. The Authors. Published by Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS). This is an open access article under the CC BY-NC-SA. link: [Creative Commons — Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International — CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Pendahuluan

Perilaku konsumtif merupakan perilaku pembelian individu yang tidak didasari oleh pemikiran rasional. Konsumen lebih mengutamakan keinginan dibanding kepentingan dan cenderung didorong oleh hasrat untuk segala macam kesenangan material (Rosandi, 2004). Perubahan perilaku pembeli tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan akan tetapi hanya untuk mencari kesenangan, sensasi euforia, dan sosialisasi. Demikian juga, memberikan informasi baru tentang peningkatan mode dan model terbaru serta untuk berburu produk besar yang penting untuk diri mereka sendiri (Regina et al. 2015).

Golongan terbesar yang belanja online adalah kalangan menengah ke atas, golongan berpenghasilan tinggi, dan mereka yang selalu terkoneksi dengan internet Setyowati (2012). Pekerjaan mereka adalah pekerja swasta (33%), pekerja lepas (20%), mahasiswa (47%). Remaja menerima persentase tertinggi saat berbelanja online. Sementara remaja dianggap lebih paham teknologi karena sering terhubung ke Internet, meskipun sebagian besar keuangan diperoleh melalui orang tua, tetapi pada kenyataannya, remaja menjadi konsumen tertinggi. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sitorus (2013) mengungkapkan bahwa remaja adalah kelompok yang boros, karena golongan ini suka mencoba hal-hal baru.

Berbelanja atau *shopping* bukan hanya untuk mencukupi kebutuhan, namun telah menjadi gaya hidup (Samuel, 2006). Remaja selalu ingin diakui eksistensi dan dianggap keberadaannya pada lingkungan tersebut. Harus diakui dan disetarakan dengan orang lain yang seusia membuat remaja mengikuti karakteristik berbeda yang sedang populer saat ini (Sihotang, 2009). Selain itu, remaja juga perlu memperoleh evaluasi diri yang baik, sensasi kebutuhan untuk

diakui dan dihargai oleh sahabat yang pada akhirnya menunjukkan keberadaan mereka dalam lingkungan tersebut, ini adalah bagaimana mereka meningkatkan kepercayaan diri mereka.

Toko online adalah cara bisnis atau media penyampaian bisnis dan produk lewat internet sehingga konsumen bisa melihat barang di toko online (Loekamto, 2012). Pembeli bisa melihat produk sebagai gambar, foto atau bahkan rekaman video. Sebuah toko online bisa disebut sebagai tempat untuk menjual hampir semua hal secara online di internet. Toko online menawarkan banyak kepraktisan kepada pembeli, termasuk biaya pengiriman ke rumah, pembayaran transfer bank, dan biaya yang lebih kompetitif. (Juju dan Maya, 2010). Shopee adalah situs belanja online di Indonesia, merupakan sebuah platform yang dirancang khusus untuk menyuguhkan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman dan cepat dengan sistem pembayaran dan dukungan logistik yang kuat. Adanya fitur *SPayLater* pada aplikasi *Shopee* otomatis membuat sebagian besar masyarakat terutama remaja penasaran dan terpicu untuk mencoba melakukan transaksi secara online lewat fitur tersebut. Kemunculan fitur *SPayLater* ini menjadi suatu teknik pemasaran yang pintar demi memikat para pembeli supaya banyak yang bertransaksi menggunakan *Shopee*. Berdasarkan data statistik *SPayLater* yang ditunjukkan di situs LDN, pada waktu ini jumlah peminjam menyentuh angka 1.270.101 orang, dengan 850.631 orang adalah peminjam aktif. Hal ini menunjukkan jika penduduk Indonesia melek terhadap teknologi finansial seperti fitur *PayLater* yang terdapat pada *Shopee*. Apalagi untuk saat ini *Shopee* lebih banyak digunakan atau diakses oleh generasi milenial, yang diantaranya masih duduk di bangku kuliah seperti mahasiswa (Jayani, 2019).

Menurut penelitian Antonides (dalam Fitriana dan Koenjoro, 2009) Kontrol diri memainkan peran penting selama waktu yang dihabiskan untuk membeli sesuatu, karena ketenangan dapat membimbing dan mengendalikan orang agar menjalankan kegiatan positif, termasuk membelanjakan sesuatu. Orang yang mempunyai pengendalian diri yang tinggi sebenarnya ingin mengarahkan tingkahlaku belanja sesuai kebutuhannya bukan semata-mata guna memenuhi keinginannya, tidak mudah terpengaruh oleh penawaran penjual, tentu dengan penampilannya, siap untuk mengelola uang dengan lebih bijak dengan menggunakannya untuk sesuatu yang lebih bermanfaat sebagai sumber daya sosial.

Meskipun telah ada penelitian yang menghubungkan kontrol diri dengan perilaku konsumtif remaja, masih terdapat kekurangan dalam pemahaman tentang pengaruh kontrol diri pada perilaku konsumtif remaja yang

menggunakan fitur Shopee Pay Later. Penelitian sebelumnya belum secara khusus menginvestigasi bagaimana fitur tersebut dapat mempengaruhi pola belanja dan kecenderungan konsumtif remaja.

Penelitian tentang pengaruh kontrol diri pada perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur Shopee Pay Later sangat penting karena fenomena ini semakin umum di era digital dan perkembangan layanan keuangan online. Dengan semakin mudahnya akses dan penggunaan fitur pembayaran nanti, penting untuk memahami bagaimana kontrol diri mempengaruhi keputusan belanja remaja. Menyelidiki hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur Shopee Pay Later juga dapat memberikan wawasan penting bagi pengembangan intervensi dan program pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan yang lebih bijak di kalangan remaja. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif remaja, institusi pendidikan dan lembaga terkait dapat merancang program yang efektif untuk meningkatkan kesadaran, pengelolaan keuangan, dan kontrol diri remaja dalam menggunakan fitur pembayaran nanti.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan kepada penyedia layanan keuangan dan pemerintah tentang pentingnya regulasi yang tepat dalam melindungi remaja dari risiko perilaku konsumtif yang berlebihan. Dengan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh kontrol diri, penggunaan fitur Shopee Pay Later dapat diatur secara lebih bijaksana untuk mencegah dampak negatif pada remaja. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur *Spaylater*

Metode

Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif regresi linear sederhana. Populasi pada penelitian ini yaitu remaja pengguna fitur *SPayLater* yang besar jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti (populasi *infinite*). Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan memakai skala. Pengumpulan data pada penelitian ini memakai instrument skala psikologi. Skala psikologi ini disebar dengan menggunakan *Google Form* atau salah satu aplikasi yang terdapat pada internet, peneliti dapat mengarahkan partisipan ke sebuah situs web tempat kuesioner atau eksperimen diselenggarakan. Hal ini dapat memberikan keuntungan dan meningkatkan efisiensi dan validitas data yang dapat dikumpulkan menurut Gosling dan Mason (2014). Peneliti dapat menghubungi secara *online* pihak yang secara sukarela melakukan penelitian *online* sehingga memungkinkan memiliki kumpulan responden yang lebih

andal dan memfasilitasi pengumpulan data longitudinal yang mungkin mahal atau sulit menurut Goritz (dalam Gsling dan Mason, 2014). Terdapat 2 Skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala Kontrol Diri dan Perilaku konsumtif dengan model skala yang dipakai adalah skala likert

Hasil

Hasil uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel perilaku konsumtif dan variabel kontrol diri berdistribusi normal pada masing-masing aitem atau tidak. Peneliti menggunakan metode Skewness dan Kurtosis Karena N lebih dari 100 atau pada kisaran 51-200. Berikut tabel hasil perhitungan untuk uji normalitas:

Tabel 1

Uji normalitas dengan Skewness dan Kurtosis

Statistics		Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
N	Valid	140	140
	Missing	0	0
Std. Deviation		6,315	2,494
Skewness		0,119	-0,396
Std. Error of Skewness		0,205	0,205
Kurtosis		-0,226	-0,716
Std. Error of Kurtosis		0,407	0,407

Setelah uji normalitas dengan *Skewness* dan *Kurtosis* ditemukan nilai signifikan. Menurut Ghozali (2013) masing-masing variabel memiliki distribusi normal dan rasio *Skewness* dan *Kurtosis* berada dalam kisaran -1,96 hingga 1,96, maka distribusi dinyatakan normal. Setelah uji normalitas dengan *Skewness* dan *Kurtosis* ditemukan nilai signifikan. Menurut Ghozali (2013) masing-masing variabel memiliki distribusi normal dan rasio *Skewness* dan *Kurtosis* berada dalam kisaran -1,96 hingga 1,96, maka distribusi dinyatakan normal.

Pada tahap ini, uji linearitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Hasil perhitungan untuk uji linearitas ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 2

Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku	Between	(Combined)	645,248	22	29,329	1,548	0,072

Konsumtif Kontrol Diri	Groups	Linearity	104,278	1	104,278	5,503	0,021
		Deviation from Linearity	540,970	21	25,760	1,359	0,153
Within Groups			2217,174	117	24,524		
Total			2862,421	139			

Berdasarkan hasil analisis statistik yang dijelaskan di atas, perhitungan uji linearitas menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki dampak linear terhadap perilaku konsumtif. Secara spesifik signifikan *linearity* pada pengaruh perilaku konsumtif terhadap kontrol diri menunjukkan $p=0,021$ yang berarti memenuhi persyaratan linearitas ($p<0,05$), dan pada signifikan *deviation from linearty* menunjukkan $p=0,153$ yang berarti memenuhi persyaratan linear ($p>0,05$). Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa signifikansi antara variabel tergantung dengan variabel bebas memenuhi persyaratan linearitas yaitu $p<0,05$ menurut Sugiyono (2015). Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi regresi linear sederhana, apabila nilai signifikan ($p<0,05$) maka adanya pengaruh yang signifikan antara kedua variabel (Sugiono, 2015). Tabel 3 menunjukkan hasil perhitungan uji hipotesis penelitian.

Tabel 3

Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	102,495	9,888		10,366	0,000
	Kontrol Diri	0,192	0,084	0,191	2,284	0,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil nilai signifikan 0,000 untuk kontrol diri (X) dan 0,000 untuk perilaku konsumtif (Y), maka dapat disimpulkan dari hasil perhitungan di atas bahwa variabel kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Berdasarkan data hasil tersebut menyatakan koefisien determinan variabel kontrol diri (R-Square) untuk perilaku konsumtif remaja pengguna *Spaylater* adalah 0,47. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh sebesar 47% terhadap perilaku konsumtif remaja pengguna *Spaylater*, sedangkan sisanyadipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Diskusi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan fitur *Spaylater*. Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian diketahui bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja pengguna fitur *Spaylater*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif. Hasil analisis data menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri semakin tinggi pula perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Okky dan Sri (2016) yang hasilnya terdapat pengaruh negatif antara pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2013. Mahasiswa yang dapat mengendalikan diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Hasil analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif padaremaja pengguna fitur *Spaylater*. Hal ini diperoleh dari nilai *R-Squared* sebesar 0,47. Kontrol diri berpengaruh terhadap penyesuaian diri sebesar 47% sedangkan sisanya sebesar 53% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Terkait dengan faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif dari penelitian Dian dan Sri (2011) menyatakan bahwa faktor kepribadian dan faktor kelompok acuanlah yang banyak mempengaruhi perilaku konsumtif remaja, adapun juga faktor internal yaitu sikap dan pengalaman, serta juga dari faktor eksternal antara lain latar belakang keluarga, kelas sosial, kebudayaan dan kelompok referensi.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa perilaku konsumtif subyek berada pada kategori rendah, setelah dilakukan perhitungan frekuensi dan presentase. yang masing-masing kategori yaitu kategori cukup diperoleh 17 subyek dengan presentase 12,1% dan kategori rendah diperoleh 123 subyek dengan presentase 87,9%. Hal ini menunjukkan bahwa subyek memiliki perilaku konsumtif masuk kategori rendah hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor yang menanggapi stimulus perilaku konsumtif seperti responden yang terbiasa memikirkan efek jangka panjang dari sebuah tindakan yang impulsif, tidak rasional, dan pemborosan sehingga responden cenderung mampu mengendalikan dirinya untuk tidak berperilaku konsumtif.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa kontrol diri subyek berada

pada kategori tinggi, dan dari perhitungan pengkategorian pada skala kontrol diri diketahui frekuensi dan presentase masing-masing kategori yaitu kategori rendah diperoleh 4 subyek dengan presentase 2,9% dan kategori cukup diperoleh 8 subyek dengan presentase 5,7% serta kategori tinggi diperoleh 128 subyek dengan presentase 91,4%. Hal ini menunjukkan bahwa subyek penelitian memiliki tingkat kontrol diri dalam kategori tinggi.

Hasil perhitungan pengkategorian kriteria berdasarkan karakteristik subyek pada penelitian ini sebanyak 103 subyek perempuan dengan presentase 73,6% dan 37 subyek laki-laki dengan presentase 26,4%. Presentase ini berarti perilaku konsumtif menunjukkan bahwa ada perbedaan antara perempuan dan laki-laki selama penggunaan fitur *Spaylater*. Hal ini sejalan dengan penelitian Meiranti (2021) dibandingkan laki-laki, perempuan jauh lebih cenderung untuk membeli bukan berdasarkan kebutuhan atau membeli barang-barang yang mereka tahu tidak mereka butuhkan, menjadikan kegiatan berbelanja sebagai sebuah metode perayaan, membeli barang tanpa perencanaan dan membeli barang sesering mungkin. Perilaku konsumtif ini akan berbeda pada laki-laki dan perempuan. Dibandingkan laki-laki, perempuan jauh lebih cenderung untuk memiliki perilaku konsumtif. Perempuan kerap kali berbelanja tanpa dasar kebutuhan namun hanya sebatas keinginan.

Hasil perhitungan pengkategorian kriteria berdasarkan karakteristik subyek pada penelitian ini sebanyak 81 subyek mahasiswa dengan presentase 57,9% dan 59 subyek ditingkat SMA dengan presentase 42,1%, terlihat lebih banyak responden dikalangan mahasiswa. Mahasiswa berada pada rentang usia dewasa awal dan mulai terpengaruh dengan perubahan budaya sosial sehingga mempunyai perilaku yang cenderung konsumtif (Gumulya & Widiastuti, 2013). Hal ini terkait dengan penampilan yang menunjang kepercayaan diri (Taufik, 2006). Selain itu, pengaruh kelompok memegang peranan penting dalam perilaku konsumtif pada usia ini (Durandt dan Wibowo, 2021). Lebih lanjut, temuan Sukari, Larasati, Mudjijono, dan Susilantini (2013), menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dilakukan oleh mayoritas mahasiswa diantaranya karena beberapa penyebab, yakni karena adanya prioritas lebih terhadap penampilan, keinginan agar selalu ikut trend, masih kesulitan dalam mengatur dan merencanakan keuangan, kesulitan mengendalikan keinginan ataupun kebutuhan, memiliki ego yang tinggi dan kecenderungan untuk mencoba hal-hal yang baru.

Pandemi Covid-19 juga membawa banyak perubahan dalam kehidupan berkaitan dengan perilaku konsumen. Peningkatan penggunaan e-commerce dengan berbagai platform digital selama pandemi turut berperan dalam perubahan pola perilaku konsumen di masa ini (Bhatti, et. al., 2020; Mehta, Saxena, dan Purohit, 2020). Zwanka dan Buff (2021) menjeIaskan bahwa pandemi membawa manusia kembali ke masa “*stock up*” dimana ada kecenderungan untuk menyediakan stok keperluan makanan yang esensial, serta bahwa sebelum pandemic transaksi perdagangan online tidak banyak tersedia, namun saat ini bahkan diagnose medis dapat dilakukan dengan cara online atau setidaknya secara hybrid kombinasi antara online dan pertemuan.

Penelitian relevan terdahulu mengenai kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul oleh Anggraeni dan Mariyanti (2014) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. Artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtifnya, begitu pula sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Sejalan dengan penelitian tersebut, penelitian lain mengenai hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011 oleh Chita, David, dan Pali (2015) mengatkan bahwa terdapat hubungan antara dukungan *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. Tanda negatif menunjukkan arah hubungan artinya semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*, sebaliknya semakin rendah *self-control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*.

Keterbatasan dalam penelitian adalah peneliti tidak mempertimbangkan latar belakang subjek seperti ekonomi keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan kebudayaan. Bagi peneliti selanjutnya bisa mempertimbangkan hal-hal tersebut karena berpotensi untuk mempengaruhi perilaku konsumtif remaja pengguna fitur *Spaylater*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel kontrol diri terhadap perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur *Spaylater*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri semakin tinggi juga perilaku konsumtif. Mengingat pentingnya kontrol diri dalam mengelola perilaku konsumtif, diperlukan upaya pendidikan dan kesadaran yang lebih intensif terutama bagi remaja yang menggunakan fitur *Spaylater* atau layanan keuangan serupa.

Keluarga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku dan pola pengeluaran remaja. Oleh karena itu, penting bagi orang tua atau wali untuk memberikan pembinaan yang efektif dan memberikan dukungan yang memadai dalam mengembangkan kontrol diri remaja. Mendorong pembicaraan terbuka mengenai keuangan, mengajarkan keterampilan pengelolaan uang, dan memberikan batasan yang jelas dalam penggunaan fitur *Spaylater* atau layanan keuangan serupa dapat membantu remaja mengembangkan kontrol diri yang lebih baik. Selanjutnya, Industri layanan keuangan perlu meningkatkan kesadaran akan dampak penggunaan fitur *Spaylater* pada perilaku konsumtif remaja. Penyedia layanan keuangan dapat mempertimbangkan penerapan mekanisme pengingat atau batasan penggunaan yang lebih ketat untuk meminimalisir risiko penggunaan yang berlebihan. Selain itu, regulasi yang lebih tegas dan pengawasan yang lebih ketat terhadap iklan dan pemasaran layanan keuangan kepada remaja juga perlu dipertimbangkan untuk melindungi mereka dari pengaruh yang mendorong perilaku konsumtif. Implikasi penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian lanjutan mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja dan pengaruh fitur *Spaylater* atau layanan keuangan serupa. Studi lebih mendalam dapat membantu dalam mengidentifikasi strategi pencegahan dan intervensi yang lebih spesifik untuk mengurangi perilaku konsumtif yang tidak sehat dan meningkatkan kontrol diri remaja.

Referensi

- Bhatti, A., Akram, H., Basit, H. M., Khan, A. U., Raza, S. M., & Bilal, M. (2020). E-commerce trends during COVID-19 Pandemic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*, 13(2), 5.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (EBM)*. 3(1).

- Fitriana, N & Koentjoro. (2009). *keranjingan berbelanja pada wanitabekerja.*, Vol. 7,48-57.
- Ghufron, M. Nur & Risnawati, RS. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar- Ruzz Media.
- Gumulya, J, Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa universitas esa unggul. *Jurnal Psikologi*,11(1), 50-65.
- Hurlock, EB. (2006). *Adolence developmment* (4 th ed). Tokyo : MC Graw-Hill Kogokusha Ltd.
- Lina & Rosyid, H.F.(1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putra. *Jurnal Psikologika*, Vol 4, 24-28.
- Loekamto, A. (2012). implementasi technology acceptance Model (TAM) dalamonline shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen* Vol 1 No 3.
- Mahdalena. (1998). Peran inensitas interaksi dengan temuan di lingkungan pergaulan sekolah terhadap sikap konsumtif. *Jurnal Psikologika*, Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Meiranti, Lici (2021). Pengaruh online shop pada instagram terhadap perilaku konsumtif dengan perspektif gender. Skripsi: IPB.
- Mowen. 1995. *Perilaku konsumen dan perilaku pemasaran*. Jakarta : Karangan Sutisna.
- Rosandi, Andika Filona. (2004). Perbedaan perilaku konsumtif antara mahasiswa pria dan wanita di Universitas Katolik Atma Jaya. Skripsi. Jakarta: UK Atma Jaya Press
- Setyowati, Retno. (2012). Prospek belanja online. (online), (<http://tekno.kompas.com/read/2012/10/5/02371027/prospek.belanja.quotonlinequot>. diakses tanggal 11 Juli 2022).