



Pengaruh Fomo, Yolo dan Literasi Keuangan Terhadap Kecenderungan Mahasiswa Menggunakan Layanan Paylater

Novian Laras Kristiana^{1*}, Rispantyo²

¹²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Slamet Riyadi,
Jl. Sumpah Pemuda No. 18, Kadipiro, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia, 57136

Email : novilaras03@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 25 Maret 2025

Received in revised form 18 April 2026

Accepted 28 April 2026

Available online 30 Mei 2026

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of FOMO, YOLO, and financial literacy on the use of Paylater services among university students. A quantitative method was employed, using questionnaires distributed to 100 respondents, and the data were analyzed through validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results indicate that, partially, FOMO does not have a significant effect, whereas YOLO and financial literacy have a significant impact. Simultaneously, all three variables influence the use of Paylater, suggesting that a lifestyle oriented toward enjoying the present and students' financial understanding affect their decisions to use Paylater services.

Keywords: FOMO, YOLO, Financial Literacy, Paylater

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh FOMO, YOLO, dan literasi keuangan terhadap penggunaan layanan Paylater di kalangan mahasiswa. Metode kuantitatif digunakan dengan kuesioner pada 100 responden, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Hasil menunjukkan secara parsial FOMO tidak berpengaruh signifikan, sedangkan YOLO dan literasi keuangan berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh terhadap penggunaan Paylater, menunjukkan bahwa gaya hidup yang ingin menikmati hidup dan pemahaman keuangan mahasiswa memengaruhi keputusan menggunakan layanan Paylater.

Kata Kunci: FOMO, YOLO, Literasi Keuangan, Paylater.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di sektor keuangan (*fintech*) di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir [1]. Salah satu terobosan *fintech* yang kini banyak diadopsi oleh masyarakat adalah layanan paylater atau *Buy Now Pay Later* (BNPL), yaitu metode pembayaran yang memberi kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa terlebih dahulu, kemudian melunasinya dalam rentang waktu yang telah ditentukan [2]. Layanan ini terus mengalami peningkatan popularitas karena menawarkan kemudahan dalam bertransaksi, proses verifikasi yang relatif cepat, serta beragam penawaran promosi yang menggiurkan bagi para penggunanya [3].

Fenomena penggunaan paylater juga banyak ditemukan pada kelompok usia muda, terutama di kalangan generasi Z dan milenial [3]. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi tersebut termasuk kelompok yang cukup sering memanfaatkan layanan paylater dalam aktivitas sehari-hari [4]. Kemudahan akses layanan keuangan

digital membuat mahasiswa dapat melakukan transaksi dengan cepat meskipun belum memiliki dana yang cukup pada saat melakukan pembelian [4]. Hal ini mencerminkan adanya perubahan pola konsumsi pada mahasiswa, yang semakin dipicu oleh perkembangan teknologi serta pola hidup berbasis digital [5].

Meskipun layanan paylater menawarkan kemudahan, fitur ini berpotensi menimbulkan masalah, khususnya terkait pengelolaan keuangan pribadi [6]. Tidak sedikit mahasiswa yang menggunakan paylater untuk memenuhi keinginan konsumsi tanpa benar-benar mempertimbangkan kemampuan finansial mereka untuk membayar di kemudian hari, sehingga berpotensi menimbulkan masalah seperti keterlambatan pembayaran, meningkatnya beban utang, hingga terganggunya kondisi keuangan pribadi.

Salah satu aspek psikologis yang diperkirakan turut mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan paylater adalah *Fear of Missing Out* (FOMO) [7]. FOMO merujuk pada kondisi kekhawatiran seseorang berisiko ketinggalan berbagai pengalaman, kegiatan, maupun tren yang sedang diikuti oleh orang lain di sekitarnya [7]. Di era media sosial, perasaan ini semakin kuat karena seseorang dapat dengan mudah melihat aktivitas orang lain yang dibagikan secara online [8]. Kondisi tersebut kerap mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif guna menghindari ketertinggalan dari lingkungan sosialnya [9].

Selain FOMO, gaya hidup *You Only Live Once* (YOLO) juga dapat memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa [10]. YOLO merupakan cara pandang bahwa hidup hanya sekali sehingga seseorang ingin menikmati berbagai pengalaman yang dianggap menyenangkan [10]. Pola pikir ini sering membuat individu lebih fokus pada kepuasan saat ini dibandingkan dengan perencanaan keuangan jangka panjang [11]. Dalam situasi seperti ini, layanan paylater menjadi salah satu fasilitas yang mempermudah mahasiswa untuk memenuhi keinginan tersebut meskipun kondisi keuangan mereka terbatas [10].

Di sisi lain, tingkat pemahaman keuangan turut berperan dalam memengaruhi cara individu menentukan pilihan saat menggunakan produk finansial [12]. Literasi keuangan merujuk pada kemampuan seseorang dalam memahami konsep-konsep finansial serta mengatur dan menetapkan keputusan keuangan secara bijaksana [12]. Responden yang memiliki literasi keuangan tinggi umumnya lebih cermat dalam mempertimbangkan potensi risiko dan konsekuensi dari pemanfaatan layanan keuangan, termasuk paylater [13]. Sebaliknya, individu dengan pemahaman keuangan yang terbatas cenderung kurang menyadari dampak penggunaan kredit, sehingga berpotensi menghadapi permasalahan keuangan di masa mendatang.

Berdasarkan fenomena tersebut, studi ini mencoba menilai sejauh mana *Fear of Missing Out* (FOMO), *You Only Live Once* (YOLO), dan literasi keuangan memengaruhi kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan layanan paylater. Penelitian ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan kajian mengenai perilaku keuangan digital, khususnya terkait penggunaan paylater di kalangan mahasiswa. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa, institusi pendidikan, maupun penyedia layanan keuangan dalam meningkatkan pemahaman serta pengelolaan keuangan yang lebih bijak dan bertanggung jawab.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Theori Planned Behavior (Theory of Planned Behavior – TPB)*

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), kecenderungan seseorang untuk bertindak ditentukan oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), serta persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Dalam penelitian ini, ketiga komponen tersebut diadaptasi sesuai dengan variabel yang digunakan. FOMO dikaitkan dengan norma subjektif karena mencerminkan adanya pengaruh lingkungan sosial yang memengaruhi individu untuk tidak merasa tertinggal dari orang lain. Selanjutnya, YOLO menggambarkan sikap terhadap perilaku, khususnya dalam kecenderungan konsumsi yang menekankan pada kepuasan sesaat. Sementara itu, literasi keuangan berhubungan dengan kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu keterampilan seseorang dalam mengatur dan mengendalikan keputusan finansial dengan cara yang logis dan terstruktur.

Penerapan TPB dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tindak lanjut mahasiswa terhadap pemanfaatan layanan paylater sebagai hasil dari interaksi antara faktor psikologis dan kemampuan

pengelolaan keuangan. Selain itu, teori ini juga digunakan sebagai kerangka konseptual dalam rangka menganalisis cara FOMO, YOLO, dan literasi keuangan memengaruhi niat serta perilaku keuangan mahasiswa secara keseluruhan.

2.2 Menggunakan Layanan Paylater

Perkembangan teknologi finansial mendorong hadirnya layanan *Buy Now Pay Later* (Paylater) yang memberi konsumen kemudahan untuk melakukan transaksi terlebih dahulu dan membayarnya pada waktu berikutnya [11]. Layanan ini semakin populer di kalangan mahasiswa karena kenyamanan dalam menggunakan layanan, kecepatan proses, serta berbagai insentif menarik [4].

Di sisi lain, kemudahan tersebut berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif apabila tidak diiringi oleh pengelolaan keuangan yang tepat. Oleh karena itu, penggunaan paylater pada mahasiswa perlu dikaji lebih lanjut karena dapat berdampak pada kondisi keuangan di masa depan [14].

2.3 Fear of Missing Out (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) merujuk pada kondisi psikologis berupa kekhawatiran individu akan tertinggal dari berbagai pengalaman, kegiatan, atau tren yang berkembang dalam lingkungan sosialnya [10]. Tren ini terus bertambah sejalan dengan tingginya pemakaian media sosial, yang membuat seseorang dapat mengikuti aktivitas orang lain secara terus-menerus [8].

Dalam konteks perilaku konsumsi, FOMO berpotensi mendorong individu melakukan pembelian secara spontan demi menyesuaikan diri dengan perkembangan terkini supaya tetap diterima dalam lingkungan sosialnya. Dorongan ini sering kali tidak didasarkan pada kebutuhan yang sebenarnya, melainkan pada keinginan untuk menghindari perasaan tertinggal.

2.4 You Only Live Once (YOLO)

You Only Live Once (YOLO) merupakan gaya hidup yang menekankan pada pemanfaatan hidup secara maksimal dengan menikmati berbagai pengalaman yang dianggap menyenangkan [13]. Pola pikir ini mendorong individu untuk lebih berfokus pada kepuasan jangka pendek dibandingkan dengan perencanaan keuangan jangka panjang.

Dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi, individu yang menganut gaya hidup YOLO cenderung lebih mudah melakukan pengeluaran untuk memenuhi keinginan atau gaya hidup tertentu [12]. Layanan paylater sering dipandang sebagai sarana yang mempermudah pemenuhan kebutuhan tersebut, meskipun kondisi keuangan belum sepenuhnya mendukung [7].

2.5 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merujuk pada kapasitas seseorang dalam memahami konsep finansial, mengatur pengelolaan keuangan, serta menentukan keputusan yang bijak terkait aspek keuangan [12]. Aspek ini meliputi pemahaman, kemampuan, serta kepercayaan diri individu dalam mengatur sumber daya keuangan secara efisien dan bertanggung jawab.

Individu yang memiliki pemahaman keuangan yang memadai biasanya lebih teliti dalam mempertimbangkan keuntungan dan risiko yang mungkin timbul dari pemanfaatan produk keuangan, termasuk layanan paylater [13]. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan kurangnya pemahaman terhadap konsekuensi penggunaan kredit, sehingga berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan di masa mendatang.

2.6 Definisi Operasional

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
FOMO (<i>Fear of Missing Out</i>) (X1)	Kondisi kekhawatiran individu terkait potensi ketinggalan dalam pengalaman, informasi, maupun peristiwa yang dialami pihak lain, sehingga dapat	1. Kekhawatiran tertinggal tren 2. Kecemasan tidak mengikuti aktivitas orang lain 3. Perasaan tidak nyaman saat

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
	memengaruhi perilaku dalam penggunaan layanan paylater (Romadhonita, 2025).	tidak terhubung media sosial 4. Keinginan selalu update kegiatan teman 5. Dorongan membeli karena takut ketinggalan tren/promo (Romadhonita, D. 2025)
YOLO (<i>You Only Live Once</i>) (X2)	Gaya hidup yang menekankan filosofi "hidup hanya sekali" dengan mengutamakan kesenangan dan kepuasan di masa sekarang, yang ditandai dengan kecenderungan mengutamakan kebahagiaan saat ini, pembelian untuk kepuasan sesaat, minimnya pertimbangan dampak jangka panjang, dan preferensi untuk menikmati hidup daripada perencanaan masa depan (Fajarrohmah & Rofiqoh, 2025).	1. Orientasi pada kebahagiaan saat ini 2. Pembelian untuk kepuasan sesaat 3. Minimnya pertimbangan dampak jangka panjang 4. Pembelian untuk meningkatkan suasana hati 5. Preferensi bersenang-senang daripada menabung (Fajarrohmah & Rofiqoh, 2025)
Literasi Keuangan (X3)	Kemampuan seseorang dalam memahami konsep keuangan, mengatur pengelolaan, serta menetapkan keputusan finansial yang tepat mencakup pemahaman mengenai dasar-dasar keuangan, perencanaan, dan pengelolaan keuangan pribadi (Dwiwansi et al., 2023).	1. Pengetahuan keuangan dasar 2. Pemahaman tentang tabungan dan investasi 3. Kemampuan mengelola utang 4. Pemahaman tentang risiko keuangan 5. Kemampuan perencanaan keuangan (Dwiwansi et al., 2023)
Menggunakan Layanan Paylater (Y)	Intensitas dan frekuensi individu dalam memanfaatkan layanan pembayaran tangguh (<i>Buy Now Pay Later</i>) pada platform e-commerce untuk melakukan transaksi pembelian (Romadhonita, 2025).	1. Frekuensi penggunaan paylater 2. Nominal transaksi menggunakan paylater 3. Jenis produk yang dibeli dengan paylater 4. Kemudahan dalam menggunakan layanan paylater 5. Ketergantungan pada paylater meski memiliki uang tunai (Romadhonita, 2025)

Sumber: Penelitian Terdahulu (2023, 2025)

2.7 Hipotesis

2.7.1. Pengaruh FOMO terhadap Kecenderungan Mahasiswa Menggunakan Layanan Paylater

Fear of Missing Out (FOMO) merujuk pada kondisi psikologis berupa kekhawatiran seseorang terhadap kemungkinan tertinggal dari berbagai pengalaman atau tren yang terjadi di lingkungan sosialnya [10]. Pada mahasiswa, FOMO dapat mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif agar tetap mengikuti tren di media sosial. Dalam kondisi tersebut, layanan paylater sering dimanfaatkan sebagai solusi instan karena memungkinkan transaksi tanpa pembayaran langsung.

Studi terdahulu menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan FOMO terhadap pemanfaatan layanan paylater.

H1: FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Paylater

2.7.2. Pengaruh YOLO terhadap Kecenderungan Mahasiswa Menggunakan Layanan Paylater

YOLO (*You Only Live Once*) merupakan gaya hidup yang menekankan pemenuhan kepuasan saat ini

Pengaruh FOMO, YOLO, dan Literasi Keuangan terhadap Kecenderungan Mahasiswa Menggunakan Layanan Paylater (Novian Laras Kristiana, dkk)

dibandingkan perencanaan jangka panjang [20]. Pola pikir ini mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi secara lebih bebas dan impulsif.

Kemudahan layanan paylater membuat mahasiswa dengan gaya hidup YOLO lebih mudah memenuhi keinginan tanpa harus menunda pembelian [16]. Studi terdahulu mengindikasikan bahwa gaya hidup konsumtif memiliki dampak signifikan pada penggunaan paylater [17].

H2: YOLO berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Paylater

2.7.3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kecenderungan Mahasiswa Menggunakan Layanan Paylater

Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan secara efektif. Tingkat literasi yang baik membantu mahasiswa memahami risiko penggunaan paylater, seperti bunga dan denda keterlambatan.

Hasil penelitian menemukan bahwa kemampuan literasi keuangan secara signifikan memengaruhi pemanfaatan layanan paylater [18]. Responden yang memiliki literasi keuangan tinggi umumnya lebih berhati-hati dan terencana dalam memanfaatkan layanan tersebut.

H3: Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Paylater

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh FOMO, YOLO, dan literasi keuangan terhadap kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan layanan paylater. Subjek penelitian mencakup mahasiswa aktif program studi akuntansi pada beberapa perguruan tinggi swasta berbentuk universitas di Kota Surakarta, yaitu USB, UNISRI, AUB, dan UTP. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah responden yang dihitung berdasarkan rumus Slovin.

Tabel 2. Populasi dan Sampel

Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa
UNISRI	492
AUB	165
USB	57
UTP	44
Total	758

Sumber: Diolah peneliti 2026

3.2 Metode Analisis

Data penelitian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Persamaan regresi yang diterapkan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y = penggunaan layanan Paylater

a = konstanta

b₁, b₂, b₃ = koefisien regresi

X₁ = Fear of Missing Out (FOMO)

X₂ = You Only Live Once (YOLO)

X₃ = Literasi Keuangan

e = error

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data mengenai profil responden, mencakup jenis kelamin, usia, asal perguruan, program studi, pengalaman menggunakan paylater, layanan paylater yang sering digunakan pada 100 sampel yang merupakan mahasiswa aktif program studi akuntansi pada perguruan tinggi swasta berbentuk Universitas di Kota Surakarta meliputi USB, UNISRI, AUB dan UTP dengan kriteria pernah menggunakan atau sedang menggunakan layanan paylater:

- 1) Responden didominasi oleh mahasiswa perempuan (91%), sedangkan laki-laki hanya sebagian kecil (9%).
- 2) Mayoritas responden berada pada kelompok usia 21–22 tahun (63%), mencerminkan kelompok generasi muda yang dekat dengan teknologi digital.
- 3) Mayoritas responden berasal dari UNISRI (46%), kemudian USB (29%), UTP (14%), dan AUB (11%), menunjukkan sebaran dari beberapa perguruan tinggi swasta.
- 4) Seluruh partisipan merupakan mahasiswa Program Studi Akuntansi (100%), sehingga memiliki dasar pemahaman keuangan.
- 5) Dari sisi pengalaman, responden umumnya pengguna awal paylater, terutama pada durasi 1–3 bulan (34%), meskipun sebagian sudah menggunakan lebih lama.
- 6) Platform yang paling banyak digunakan adalah Shopee Paylater (81%), sementara layanan lain digunakan dalam jumlah yang lebih sedikit.

Hasil kesimpulan analisis deskripsi pada penelitian ini yaitu:

- 1) Variabel FOMO (X1) menunjukkan nilai rata-rata 4,08, yang berarti responden memiliki kecenderungan tinggi dalam merasakan kekhawatiran tertinggal dari tren, terutama akibat pengaruh media sosial.
- 2) Variabel YOLO (X2) memiliki rata-rata 3,97, mengindikasikan adanya orientasi pada kepuasan jangka pendek yang mendorong perilaku konsumtif.
- 3) Variabel Literasi Keuangan (X3) menghasilkan nilai rata-rata 4,22, yang mencerminkan tingkat pemahaman keuangan responden tergolong sangat baik.
- 4) Variabel Penggunaan Paylater (Y) memiliki rata-rata 4,03, menandakan bahwa layanan paylater cukup intens digunakan, terutama karena kemudahan dan fleksibilitasnya.
- 5) Secara keseluruhan, seluruh variabel berada pada kategori tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis, pola hidup, dan tingkat literasi keuangan memengaruhi perilaku responden dalam menggunakan layanan paylater.

Tabel 3. Hasil Indikator Setiap Variabel

Variabel	Indikator Terendah	Indikator Tertinggi
FOMO (X1)	Cemas tidak mengikuti tren viral (3,88)	Merasa gelisah jika tidak membuka media sosial (4,23)
YOLO (X2)	Lebih memilih bersenang-senang daripada menabung (3,81)	Membeli barang untuk memperbaiki suasana hati (4,08)
Literasi Keuangan (X3)	Menyusun rencana keuangan sebelum pengeluaran (4,13)	Memahami pentingnya menabung (4,29)
Menggunakan Layanan Paylater (Y)	Menggunakan paylater untuk belanja online (3,93)	Menggunakan paylater karena kemudahan pembayaran (4,25)

Sumber: Diolah peneliti 2026

Hasil Analisis Instrumen Penelitian:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Sig. (p-value)	Kriteria Validitas	Cronbach's Alpha	Kriteria Reliabilitas	Keterangan
FOMO (X1)	5	0,000	< 0,05	0,718	> 0,60	Valid & Reliabel
YOLO (X2)	5	0,000	< 0,05	0,731	> 0,60	Valid & Reliabel
Literasi Keuangan (X3)	5	0,000	< 0,05	0,655	> 0,60	Valid & Reliabel
Penggunaan Paylater (Y)	5	0,000	< 0,05	0,608	> 0,60	Valid & Reliabel

Sumber: Diolah peneliti 2026

Tabel 4 menunjukkan nilai signifikan pada hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.

Hasil Analisis Asumsi Klasik Penelitian Ini:

Tabel 5. Hasil Analisis Uji Normalitas

Keterangan	Nilai
N	100
Normal Parameters - Mean	0,0000000
Normal Parameters - Std. Deviation	1,44817523
Most Extreme Differences - Absolute	0,082
Most Extreme Differences - Positive	0,082
Most Extreme Differences - Negative	-0,078
Test Statistic	0,082
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,097
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0,488

Sumber: Diolah peneliti 2026

Tabel 5 menampilkan hasil uji normalitas dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,097 > 0,05, yang menunjukkan bahwa data penelitian mengikuti distribusi normal.

Hasil Analisis Uji Multikolinearitas:

Tabel 6. Hasil Analisis Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance Value	Kriteria	VIF	Kriteria
FOMO (X1)	0,740	> 0,10	1,351	< 10
YOLO (X2)	0,760	> 0,10	1,316	< 10
Literasi Keuangan (X3)	0,940	> 0,10	1,064	< 10

Variabel	Tolerance Value	Kriteria	VIF	Kriteria
Variabel Dependen: Menggunakan Layanan Paylater				

Sumber: Diolah peneliti 2026

Tabel 6 memperlihatkan bahwa setiap variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, yang menunjukkan bahwa model regresi bebas dari masalah multikolinearitas.

Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas:

Tabel 7. Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	4,300	0,947		4,539	0,000
FOMO	-0,043	0,034	-0,140	-1,263	0,210
YOLO	-0,040	0,031	-0,143	-1,296	0,198
Literasi Keuangan	-0,072	0,040	-0,180	-1,817	0,072

Sumber: Diolah peneliti 2026

Tabel 7 menyajikan nilai signifikansi untuk masing-masing variabel, yaitu FOMO 0,210, YOLO 0,198, dan literasi keuangan 0,072. Karena seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Berikut Uji Regresi Linier Berganda:

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0,761	1,570		0,484	0,629
FOMO	0,076	0,057	0,084	1,333	0,186
YOLO	0,591	0,051	0,723	11,681	0,000
Literasi Keuangan	0,289	0,066	0,244	4,384	0,000

Sumber: Diolah peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 8, model regresi persamaan penelitian ini disajikan sebagai berikut:

$$Y = 0,761 + 0,076X_1 + 0,591X_2 + 0,289X_3 + \varepsilon$$

Konstanta sebesar 0,761 mengindikasikan bahwa apabila variabel FOMO, YOLO, dan literasi keuangan bernilai nol, maka tingkat penggunaan layanan paylater diperkirakan sebesar 0,761. Koefisien FOMO (X_1) sebesar 0,076, YOLO (X_2) sebesar 0,591, dan literasi keuangan (X_3) sebesar 0,289, yang seluruhnya bernilai positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen memiliki hubungan positif dengan penggunaan layanan paylater, sehingga peningkatan masing-masing variabel diikuti oleh peningkatan penggunaan paylater, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.

Hasil uji F dalam penelitian ini:

Tabel 9. Hasil Uji F (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	534,416	3	178,139	82,367	0,000
Residual	207,624	96	2,163		
Total	742,040	99			

Sumber: Diolah peneliti 2026

Tabel 9 menunjukkan nilai F hitung sebesar 82,367 dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$. Hasil ini mengindikasikan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima, sehingga FOMO, YOLO, dan literasi keuangan secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan layanan paylater.

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2):

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,849	0,720	0,711	1,471

Sumber: Diolah peneliti 2026

Berdasarkan regresi linier berganda, diperoleh $R = 0,849$, $R^2 = 0,720$, dan Adjusted $R^2 = 0,711$ dengan Std. Error = 1,471. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa sebesar 71,1% variasi dalam penggunaan layanan Paylater dapat dijelaskan secara simultan melalui FOMO, YOLO, dan literasi keuangan, sedangkan sisanya sebesar 28,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Model regresi ini menunjukkan kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variabel dependen.

Hasil uji t dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0,761	1,570		0,484	0,629
FOMO	0,076	0,057	0,084	1,333	0,186
YOLO	0,591	0,051	0,723	11,681	0,000
Literasi Keuangan	0,289	0,066	0,244	4,384	0,000

Sumber: Diolah peneliti 2026

Berdasarkan uji t, FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan Paylater ($t = 1,333$; $p = 0,186 > 0,05$). Sebaliknya, YOLO ($t = 11,681$; $p = 0,000 < 0,05$) dan Literasi Keuangan ($t = 4,384$; $p = 0,000 < 0,05$) terbukti memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan layanan Paylater.

4.1. Pengaruh FOMO terhadap Kecenderungan Mahasiswa Menggunakan Layanan Paylater

Hasil uji t mengindikasikan bahwa FOMO tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa dalam penggunaan layanan paylater ($t = 1,333$; $p > 0,05$; $B = 0,076$). Meskipun arah pengaruh positif, secara statistik tidak signifikan, sehingga hipotesis H1 ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa merasakan dorongan mengikuti tren sosial, faktor FOMO bukanlah penentu utama dalam keputusan menggunakan Paylater. Temuan penelitian ini sejalan dengan Pratama et al. (2024) yang mengungkapkan bahwa FOMO tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaan paylater.

Temuan terdahulu mengindikasikan adanya hubungan positif antara FOMO dan penggunaan layanan

paylater, yang konsisten dengan hasil penelitian ini. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa FOMO memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap penggunaan layanan paylater.

4.2. Pengaruh YOLO terhadap Kecenderungan Mahasiswa Menggunakan Layanan Paylater

Hasil uji t mengindikasikan bahwa YOLO memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan layanan paylater ($t = 11,681$; $p < 0,05$; $B = 0,591$), sehingga hipotesis H2 dinyatakan diterima. Mahasiswa dengan orientasi YOLO umumnya lebih mengutamakan pengalaman serta kepuasan jangka pendek, sehingga layanan paylater dimanfaatkan sebagai alternatif yang selaras dengan pola hidup tersebut. Temuan ini konsisten dengan penelitian Hariono et al. (2025), Romadhonita (2025), Nasiroh (2025), serta Drajeti dan Hanantijo (2025) yang juga menemukan adanya pengaruh signifikan gaya hidup terhadap penggunaan paylater.

Temuan terdahulu menunjukkan bahwa YOLO memberikan dampak positif terhadap penggunaan layanan paylater, yang konsisten dengan hasil penelitian ini. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa YOLO berpengaruh positif dan signifikan dalam mendorong penggunaan layanan paylater.

4.3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kecenderungan Mahasiswa Menggunakan Layanan Paylater

Hasil uji t menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan layanan paylater ($t = 4,384$; $p < 0,05$; $B = 0,289$), sehingga hipotesis H3 dinyatakan diterima. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik umumnya lebih mampu memahami sistem cicilan serta potensi risiko penggunaan paylater, sehingga penggunaannya dapat dilakukan secara lebih terencana. Temuan ini sejalan dengan penelitian Romadhonita (2025), Drajeti dan Hanantijo (2025), Nasiroh (2025), Dwiwansi et al. (2023), serta Dewi dan Indriani (2025) yang juga menemukan adanya pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap penggunaan paylater.

Dengan demikian, temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan paylater.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

FOMO memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap penggunaan Paylater, sedangkan YOLO dan literasi keuangan memberikan pengaruh positif yang signifikan. Mahasiswa dengan gaya hidup YOLO lebih terdorong menggunakan Paylater, sedangkan literasi keuangan meningkatkan penggunaan secara terencana dan bijak.

Keterbatasan

Penelitian terbatas pada jumlah sampel mahasiswa tertentu, hanya meneliti FOMO, YOLO, dan literasi keuangan, serta menggunakan data kuesioner yang bergantung pada persepsi responden.

Saran

Peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas sampel dan menambahkan variabel lain. Perguruan tinggi disarankan meningkatkan literasi keuangan, penyedia Paylater perlu memberikan edukasi mengenai risiko dan pengelolaan cicilan, serta mahasiswa harus menyeimbangkan gaya hidup YOLO dengan perencanaan keuangan dan kontrol FOMO.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bisnis.com, "Literasi Keuangan Indonesia Naik Jadi 65,43 Persen, Ini Target OJK," Nov. 19, 2024. [Online]. Available: <https://finansial.bisnis.com>
- [2] R. T. Anggraini and F. H. Santhoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja," Gadjah Mada Journal of Psychology, vol. 3, no. 3, pp. 131–140, 2017.
- [3] Kontan.co.id, "OJK Catat Portofolio Paylater Tembus Rp 35,14 Triliun," 2024. [Online]. Available: <https://keuangan.kontan.co.id>

- [4] F. D. Angelista, L. D. Anggraini, and A. U. Putri, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater," *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, vol. 4, no. 3, pp. 696–705, 2024.
- [5] Databoks Katadata, "Kontrak Paylater Tumbuh Rata-rata 144,35% per Tahun," Mar. 14, 2024. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id>
- [6] Kompas.com, "311 Mahasiswa Terjerat Pinjol dan Paylater," Aug. 14, 2024. [Online]. Available: <https://money.kompas.com>
- [7] M. N. F. Abdullah and I. S. Suja'i, "Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif," *Jurnal Pendidikan Dewantara*, vol. 8, no. 2, pp. 72–84, 2022.
- [8] A. Z. Zein and F. Sartika, "Financial Literacy, Consumptive Behavior, and Lifestyle on the Use of Shopee Paylater," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, vol. 8, no. 2, pp. 5910–5927, 2025.
- [10] S. N. Ariska, J. Jusman, and A. Asriany, "Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa," *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, vol. 7, no. 3, pp. 2662–2673, 2023.
- [11] R. Sari, "Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-commerce di Indonesia," *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, vol. 7, no. 1, pp. 44–57, 2021.
- [12] A. Choerudin et al., *Literasi Keuangan. Global Eksekutif Teknologi*, 2023.
- [13] M. Miranda et al., "Pengaruh FOMO dan Hedonic Motivation terhadap Penggunaan Paylater," *Jurnal Point Equilibrium Manajemen dan Akuntansi*, vol. 5, no. 1, pp. 75–89, 2023.
- [14] Kompas.com, "Viral Anak Muda Terjerat Utang Paylater Puluhan Juta Rupiah," Aug. 9, 2024. [Online]. Available: <https://money.kompas.com>.
- [15] N. Susilowati et al., "Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan Paylater pada Mahasiswa," *JIEP*, vol. 8, no. 2, pp. 343–356, 2025.
- [16] I. Ajzen, "The theory of planned behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no. 2, pp. 179–211, 1991.
- [17] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- [18] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [19] Investor Daily, "Mahasiswa Kelompok Rentan Utang Paylater." [Online]. Available: <https://investor.id>
- [20] S. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.