

## **Pengaruh Efikasi Diri Keuangan dan Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Kredit Berisiko Pengguna Shopee Paylater Ibu Rumah Tangga Perumahan Jomin Estate**

<sup>1</sup>Elizabeth Margareta Wijaya, <sup>2</sup>Ujang Suherman, <sup>3</sup>Thomas Nadeak

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,

Universitas Buana Perjuangan Karawang

<sup>1</sup>mn22.elizabethwijaya@mhs.ubpkarawang.ac.id ,

<sup>2</sup>ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id , <sup>3</sup>thomasnadeak@ubpkarawang.ac.id

### **ABSTRACT.**

*This research examines the influence of financial self-efficacy and impulsive buying on risky credit behavior among housewives who use Shopee PayLater in the Jomin Estate housing complex. A quantitative descriptive-verification design was applied with 136 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression via SPSS version 26. The findings indicate that financial self-efficacy exerts a positive and significant effect on risky credit behavior, suggesting that greater confidence in financial management may increase engagement with higher-risk digital credit. Impulsive buying also shows a positive and significant effect, implying that unplanned purchasing intensifies credit risk. Jointly, both variables explain 59.6% of the variance in risky credit behavior. These results underscore the role of psychological and consumer behavior factors and provide empirical insights into Buy Now Pay Later usage, informing efforts to promote more responsible digital credit management.*

**Keywords:** *financial self-efficacy; impulsive buying; risky credit behavior; Shopee PayLater; housewives*

### **ABSTRAK.**

Kajian ini ditujukan guna memahami pengaruh efikasi diri keuangan serta pembelian impulsif kepada perilaku kredit berisiko pada ibu rumah tangga pengguna Shopee PayLater di Perumahan Jomin Estate. Pendekatan yang dipakai ialah kuantitatif deskriptif serta verifikatif dengan melibatkan 136 responden. Analisis data dipakai regresi linier berganda melalui SPSS versi 26. Hasil kajian memperlihatkan bahwasannya efikasi diri keuangan menghasilkan pengaruh positif serta signifikan kepada perilaku kredit berisiko, yang menandakan bahwa kepercayaan diri dalam mengelola keuangan bisa mendorong peningkatan pemakaian kredit digital berisiko. Pembelian impulsif juga menghasilkan pengaruh positif serta signifikan kepada perilaku kredit berisiko, yang menunjukkan bahwasannya kebiasaan belanja tanpa perencanaan bisa memperbesar risiko kredit. Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 59,6% terhadap perilaku kredit berisiko. Temuan ini menegaskan pentingnya faktor psikologis dan perilaku konsumtif. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam kajian perilaku keuangan, khususnya terkait penggunaan layanan Buy Now Pay Later, serta menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan pemahaman dan pengelolaan kredit digital agar lebih terkendali dan bertanggung jawab.

**Kata kunci:** *efikasi diri keuangan; pembelian impulsif; perilaku kredit berisiko; shopee paylater; ibu rumah tangga*

## PENDAHULUAN

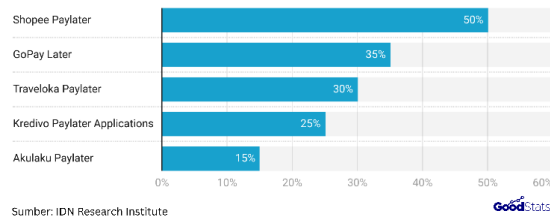
Perkembangan teknologi digital telah mendorong munculnya berbagai inovasi financial technology (fintech) yang menghadirkan peluang baru dalam meningkatkan inklusi keuangan serta mendukung digitalisasi sistem keuangan (Eva, Fista & Thomas, 2026). Salah satu inovasi tersebut adalah layanan Buy Now Pay Later (BNPL) yang mempermudah transaksi tanpa pembayaran langsung. Namun, kemudahan ini juga berpotensi meningkatkan perilaku kredit berisiko apabila tidak disertai dengan perencanaan keuangan yang memadai.

Dilihat dari data OJK yang di olah litbang Kompas (Primantoro, 2025), mencatat bahwa rasio kredit bermasalah atau Tingkat Wanprestasi (TWP) 90 hari pada fintech peer to peer lending meningkat menjadi 2,93 persen pada April 2025. Nilai pinjaman daring di Indonesia pun terus meningkat didominasi oleh peminjam perempuan. Pada Januari 2025 nilai pinjaman perempuan tercatat sebesar Rp39,8 triliun dan laki-laki Rp34,2 triliun dengan rata-rata tunggakan masing-masing sebesar Rp1,99 juta dan Rp1,76 juta. Kondisi ini menegaskan perlunya penguatan pengelolaan risiko dan edukasi kepada masyarakat pengguna layanan keuangan digital.

Melalui layanan ini, pengguna bisa melakukan pembelian atas barang maupun jasa secara instan dengan sistem pembayaran cicilan tanpa perlu memiliki kartu kredit (Irsya & Faturohman, 2024). Selain itu, layanan ini memberikan fleksibilitas bertransaksi secara daring sehingga bisa memberikan bantuan kepada pengguna saat merencanakan serta melakukan pengelolaan keuangan pribadi secara lebih efektif (Syakila, 2024). Sementara itu, (Hasan, 2025) menjelaskan bahwa platform BNPL seperti spaylater semakin diminati karena menawarkan kemudahan transaksi, fleksibilitas cicilan, dan berbagai insentif promosi. Survei yang di lakukan (Kredivo, 2024) juga mengungkapkan bahwa 58% pengguna paylater mengakui sering melakukan pembelian tanpa perencanaan, sehingga mengalami kesulitan dalam pembayaran cicilan.

Berlandaskan survei data Indonesia dari Pefindo Biro Kredit (IdScore), pengguna paylater di Indonesia didominasi oleh generasi milenial dengan proporsi 48,27%, diikuti Generasi Z sebesar 39,94% serta Generasi X sebesar 11,35% (Rizaty, 2025). Menurut kredivo dan katadata insight center sebagian besar penggunaannya untuk kebutuhan gaya hidup seperti fashion (66,4%), alat rumah tangga (52,2%), dan elektronik (41%) (Muhammad, 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa kemudahan dan fleksibilitas layanan PayLater mendorong perubahan perilaku generasi milenial dalam bertransaksi dan mengelola keuangan. Tingginya penggunaan untuk kebutuhan gaya hidup mengindikasikan kecenderungan pembelian yang bersifat emosional dan impulsif, sehingga penggunaan fasilitas kredit cenderung dilakukan tanpa perencanaan keuangan yang matang.

5 Aplikasi Paylater yang Paling Banyak Digunakan Gen Z dan Milenial  
(Tahun 2025)



Sumber: IDN Research Institute

goodstats

Sumber : Goodstats 2025

**Gambar 1. 5** Aplikasi paylater yang banyak digunakan tahun 2025

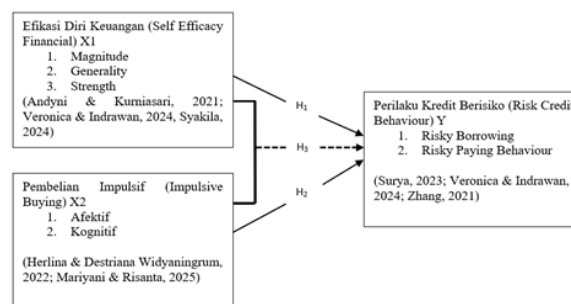
Pada hasil riset dilakukan oleh goodstats (Nixon daniel hutahaeen, 2025) menunjukkan bahwa shopee paylater menguasai pangsa pasar layanan BNPL terbesar dengan preferensi mencapai 50% dibandingkan platform alternatif lain semacam gopay later, traveloka paylater, kredivo, serta akulaku. Sejalan dengan yang di ungkapkan (Muh. Maksum & Anggraini, 2023) Shopee PayLater merupakan layanan BNPL dengan tingkat penggunaan tertinggi di Indonesia pada tahun 2023, mencapai 89%, diikuti oleh GoPayLater di posisi kedua. Dominasi Shopee PayLater sebagai platform BNPL paling diminati didorong oleh integrasi yang kuat dengan ekosistem e-commerce Shopee, kemudahan transaksi, serta dukungan promo dan limit kredit yang fleksibel dan menarik bagi konsumen.

Kajian (Melisa, 2024) mengemukakan bahwasannya efikasi keuangan menghasilkan pengaruh kepada kemampuan ibu rumah tangga dalam mengelola keuangan, di mana efikasi tinggi mendorong perencanaan yang lebih baik, sedangkan efikasi rendah meningkatkan risiko masalah keuangan dan kredit bermasalah. Temuan (Syakila, 2024) memperlihatkan bahwasannya efikasi keuangan menghasilkan pengaruh positif kepada perilaku kredit berisiko. Sejalan dengan itu, (Yahya et al., 2023) mengemukakan bahwasannya efikasi diri keuangan mempunyai ikatan positif serta berdampak signifikan kepada perilaku kredit berisiko. Sebaliknya, hasil berbeda dikemukakan oleh (Surya, 2023; Veronica & Indrawan, 2024) serta (Putri & Ingriyani, 2024) yang memperlihatkan bahwasannya efikasi diri keuangan berdampak signifikan namun bersifat negatif kepada perilaku kredit berisiko. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya inkonsistensi hasil penelitian yang membuka ruang untuk dilakukan kajian lanjutan. Selain itu, (Nurmalasari, 2025) menemukan bahwa pembelian impulsif berpengaruh positif serta signifikan kepada risky credit behavior. Ini selaras melalui kajian (Hamidah et al., 2024) yang mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan shopee paylater mendorong perilaku pembelian impulsif yang tidak terkendali, sehingga meningkatkan pengeluaran yang tidak diperlukan dan berpotensi merugikan kondisi keuangan pengguna di masa depan. Namun, temuan tersebut berbeda dengan (Abisha, 2024) yang mengungkapkan bahwa kredit digital cenderung berpengaruh negatif dan tidak selalu menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku impulsif.

Meskipun penelitian tentang efikasi diri keuangan, pembelian impulsif, dan perilaku kredit berisiko telah banyak dilakukan, kajian yang secara khusus menempatkan ibu rumah tangga sebagai subjek dalam konteks layanan Buy Now Pay

Later masih terbatas. Selain itu, temuan empiris mengenai ikatan efikasi diri keuangan serta perilaku kredit berisiko memperlihatkan temuan yang belum konsisten. Oleh sebab itu, kajian ini ditujukan guna memahami dampak efikasi diri keuangan serta pembelian impulsif kepada perilaku kredit berisiko pada ibu rumah tangga pengguna shopee paylater di Perumahan Jomin Estate, serta menguji pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan perspektif baru bahwa efikasi diri keuangan dalam konteks kredit digital dapat berperan ganda sebagai faktor protektif sekaligus faktor risiko.

### TINJAUAN LITERATUR



### Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan ialah kegiatan yang meliputi perencanaan, pengarahan, dan pengendalian keuangan perusahaan (Suherman et al., 2025) Sedangkan menurut (Arjohan & Judijanto, 2024) manajemen keuangan adalah proses perencanaan, evaluasi, dan pengaturan aktivitas keuangan di dalam suatu organisasi yang umumnya dilakukan oleh manajer keuangan. Selanjutnya (Surindra et al., 2020) menyatakan bahwa manajemen keuangan dapat diartikan sebagai proses mengelola sumber daya keuangan secara optimal, baik dalam penempatan dana pada berbagai jenis investasi maupun dalam upaya menghimpun dana secara efisien untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan dan pengeluaran organisasi.

### Behavioral Finance Theory

Menurut Nofsinger (2001) dalam (Suriani, 2022), perilaku keuangan merupakan kajian yang mempelajari bagaimana manusia secara aktual berperilaku dalam pengambilan keputusan keuangan. Perilaku ini dijelaskan melalui Behavioral Finance Theory yang menyatakan bahwa emosi dan logika sering kali menyebabkan individu tidak selalu bertindak rasional pada tahap pengambilan keputusan keuangan (Zhang, 2021). Teori ini relevan dalam menjelaskan perilaku penggunaan kredit digital. Perilaku keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengambilan keputusan umum, tetapi juga cara pengelolaan kredit dan utang. Pada platform e-commerce seperti shopee, kemudahan akses produk dan sistem pembayaran yang praktis dapat mendorong penggunaan kredit yang kurang terkontrol. Perilaku kredit berisiko muncul ketika individu berutang tanpa mempertimbangkan kemampuan pembayaran di masa depan, yang kerap dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti

rendahnya kepercayaan diri dan kecenderungan pembelian impulsif (Rismaya et al., 2025).

### **Efikasi diri keuangan**

Efikasi diri keuangan ialah keyakinan individu kepada diri sendiri dalam mengelola keuangan (Abdulloh et al., 2024). Berlandaskan pendapat (Girsang & Purnama, 2025) efikasi keuangan dikuasai oleh keterampilan, pengalaman, serta lingkungan sosial, yang penting untuk mendorong perilaku keuangan yang sehat. Selain itu, (Dare et al., 2023) mengungkapkan bahwa efikasi diri keuangan memengaruhi kesejahteraan finansial melalui perilaku keuangan yang positif, di mana individu dengan efikasi tinggi cenderung mengambil keputusan finansial yang lebih rasional sehingga mencapai kondisi keuangan yang lebih stabil dan sejahtera. Dapat disintesis bahwa efikasi keuangan merupakan keyakinan diri dalam mengelola keuangan yang dipengaruhi oleh kemampuan, pengalaman, dan lingkungan sosial, sehingga mendorong perilaku keuangan positif dan kesejahteraan finansial. Berdasarkan teori Bandura (1978), keputusan keuangan individu dipengaruhi oleh keyakinan diri dalam mengelola keuangan serta lingkungan sosial, yang tercermin dalam tiga dimensi efikasi diri keuangan, yaitu magnitude, generality, dan strength (Andyni & Kurniasari, 2021; Syakila, 2024; Veronica & Indrawan, 2024).

### **Pembelian impulsif**

Perilaku pembelian impulsif ialah fenomena yang kian lazim terjadi dalam masyarakat modern terutama dengan maraknya layanan pembayaran digital seperti paylater (Sari, 2021). Perilaku pembelian impulsif adalah keinginan mendadak untuk membeli tanpa perencanaan, yang bersifat emosional dan hanya untuk kepuasan sesaat tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang (Saepudin et al., 2025). Dalam layanan paylater, kemudahan pembayaran dapat mendorong pembelian di luar kemampuan finansial, sehingga pembelian impulsif dipandang sebagai perilaku yang kurang positif karena sering menimbulkan penyesalan dan ketidakpuasan pascapembelian (Wang et al., 2022). Dapat disintesis bahwa pembelian impulsif dipicu oleh dorongan emosional dan kemudahan layanan paylater, yang memperbesar risiko keputusan finansial tidak rasional dan kontrol diri sangat penting untuk mencegah dampak negatif perilaku ini.

Berlandaskan pendapat (Herlina & Destriana Widyaningrum, 2022), pembelian impulsif terdiri atas dua dimensi, yakni afektif yang berkaitan dengan emosi, perasaan, serta suasana hati, serta kognitif yang merepresentasikan proses mental konsumen dalam berpikir, memahami, serta menafsirkan informasi.

### **Perilaku Kredit Berisiko**

Perilaku kredit berisiko menurut Xiao et al., (2011) yang di kutip oleh (Surya, 2023) adalah tindakan keuangan yang dapat merugikan kesejahteraan ekonomi di masa depan, seperti gagal bayar, memaksimalkan limit kredit, dan menunda pembayaran. Sedangkan menurut limbu 2017 penggunaan kredit yang tidak

bijaksana dan tidak terukur, ditandai oleh keputusan keuangan yang melebihi kemampuan finansial, seperti penumpukan utang, kesulitan keuangan, dan keterlambatan pembayaran (Ernawati et al., 2024). (Heriyantho & Leon, 2022) menekankan bahwa Perilaku penggunaan kredit berisiko, yakni utang macet, penyalahgunaan fasilitas kredit, serta pinjaman berbunga tinggi yang berpotensi memengaruhi kestabilan gaya hidup serta kesehatan mental individu. Dapat disintesis bahwa perilaku kredit berisiko merupakan penyimpangan dalam pengelolaan kredit yang tidak hanya menurunkan stabilitas keuangan, tetapi juga berpotensi mengganggu kesejahteraan sosial individu. (Surya, 2023; Veronica & Indrawan, 2024; Zhang, 2021) mengungkapkan bahwa Risky credit behavior mencakup dua dimensi utama, yaitu risky borrowing dan risky paying behaviour yang mencerminkan berbagai perilaku berisiko dalam penggunaan kredit.

**H1** : Efikasi diri keuangan berpengaruh terhadap perilaku kredit berisiko

**H2** : Pembelian impulsif berpengaruh terhadap perilaku kredit berisiko

**H3** : Efikasi diri keuangan dan pembelian impulsif secara simultan berpengaruh terhadap perilaku kredit berisiko

#### **METODE PENELITIAN**

Kajian ini memakai pendekatan kuantitatif deskriptif serta verifikatif (Sugiyono, 2023). Populasi kajian ialah 204 ibu rumah tangga di Perumahan Jomin Estate. Sampel ditentukan melalui rumus Slovin  $m$  melalui margin of error 5% ( $e = 0,05$ ):

$$n = \frac{204}{1 + 204(0,05)^2} = \frac{204}{1 + 0,51} = \frac{204}{1,51} = 135,10$$

Berlandaskan hasil perhitungan, jumlah sampel ialah 135,09 lalu dibulatkan menjadi 136 responden. Teknik pengambilan sampel dipakai purposive sampling dengan kriteria ibu rumah tangga pengguna Shopee PayLater dalam tiga bulan terakhir. Data kajian dihimpun melalui kuesioner tertutup berbasis Google Form dengan skala Likert 1–5. Instrumen kajian diuji validitas serta reliabilitas sebelum analisis. Analisis data dijalankan memakai regresi linier berganda berbantuan SPSS versi 26 serta uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas guna memastikan kelayakan model regresi.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **HASIL**

##### **Uji Validitas**

Berdasarkan Tabel 1 tersebut, seluruh pernyataan variabel dikemukakan valid sebab  $R$  hitung paling besar dari  $R$  tabel yaitu nilai  $r$  tabel sebesar 0,168.

##### **Uji Reliabilitas**

Berlandaskan hasil uji memakai Cronbach's alpha sebagaimana tersaji di tabel 2, nilai reliabilitas variabel  $X_1$  yakni 0,863,  $X_2$  yakni 0,912, serta  $Y$  yakni 0,709;

seluruhnya melampaui batas minimum 0,6. Hasil tersebut memperlihatkan bahwasannya instrumen kajian mempunyai konsistensi yang baik.

### Analisis Deskriptif

**Tabel 3. Rentan skor dan kategori skor**

Rentang Skala	Kategori
136 - 244,8	Sangat tidak setuju
244,9 - 353,6	Tidak setuju
353,7 - 462,4	Netral
462,5 - 571,2	Setuju
571,3 - 680	Sangat Setuju

Sumber : Data diolah (2025)

Berikut adalah hasil analisis data menggunakan rentang skala berdasarkan jawaban dari responden.

**Tabel 4 Hasil Analisa Skala Likert**

	N	Rata Rata Skor	Kategori
Efikasi Diri Keuangan	136	552,7	Setuju
Pembelian Impulsif	136	529,5	Setuju
Perilaku Kredit Berisiko	136	544,6	Setuju

### Efikasi diri keuangan

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel efikasi diri keuangan memperoleh total skor sebesar 6633 dari 12 pernyataan kuesioner dan rata rata 552,7. Rata rata tersebut berada pada interval 462,5-571,2 dan termasuk dalam kategori setuju, yang mengindikasikan tingkat efikasi diri keuangan responden tergolong tinggi. Skor tertinggi terdapat pada pernyataan kemampuan beradaptasi terhadap pengeluaran tidak terduga, yang menunjukkan keyakinan responden dalam menyesuaikan kondisi keuangan meskipun menggunakan fasilitas Shopee PayLater.

### Pembelian Impulsif

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel pembelian impulsif yang diukur melalui 12 pernyataan kuesioner memperoleh total skor sebesar 6355 dan rata rata 529,5. Rata rata tersebut berada pada interval 462,5-571,2 dan termasuk dalam kategori setuju, yang mengindikasikan tingginya kecenderungan pembelian impulsif pada responden. Skor tertinggi terdapat pada pernyataan mengenai kepuasan setelah melakukan belanja online, yang menunjukkan bahwa responden cenderung merasakan kepuasan setelah melakukan pembelian secara spontan.

### Perilaku Kredit Berisiko

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel perilaku kredit berisiko yang diukur melalui 10 pernyataan kuesioner memperoleh total skor sebesar 5446 dan rata rata 544,6. Rata rata tersebut berada pada interval 462,5-571,2 oleh sebab itu

masuk dalam kategori setuju. Ini memperlihatkan bahwasannya perilaku kredit responden relatif terkendali, meskipun masih terdapat potensi risiko dalam penggunaan fasilitas kredit. Skor tertinggi terdapat pada pernyataan jarang terlambat membayar tagihan shopee paylater dengan skor 576, yang mengindikasikan bahwa responden memiliki kedisiplinan yang baik dalam memenuhi kewajiban pembayaran tepat waktu.

## UJI ASUMSI KLASIK

### Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat di lihat pada tabel 5 di bawah :

**Tabel 5. Uji Normalitas**  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		136
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	353.430.226
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.053
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah (2025)

Tabel 4 menunjukkan hasil uji normalitas berdistribusi normal atau baik. Dengan asymp.sig 0.200 > dari 0.05, nilai residual di anggap berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas tersaji di tabel 6 di bawah :

**Tabel 6. Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
I	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	Efikasi Diri Keuangan	.989	1.011
	Pembelian Impulsif	.989	1.011

a. Dependent Variable: Perilaku Kredit Beresiko

Sumber : Data diolah (2025)

Berlandaskan hasil uji multikolinearitas yang tersaji di atas, nilai VIF X1 ialah 1,011 serta X2 sebesar 1,011, keduanya berada di bawah 10. Oleh sebab itu, ditarik kesimpulan bahwasannya tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas tersaji 7 di bawah :

**Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.000	.002		-.162	.872
	Efikasi Diri Keuangan	-.024	.025	-.078	-.940	.349
	Pembelian Impulsif	-.037	.127	-.080	-.289	.773

a. Dependent Variable: ABS

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 6, nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0,349 dan X2 sebesar 0,773. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar 0,05 oleh sebab itu, ditarik kesimpulan bahwasannya model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 8. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.494	2.629		1.329	.186
	Efikasi Diri Keuangan	.500	.041	.669	12.073	.000
	Pembelian Impulsif	.260	.031	.463	8.365	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Kredit Berisiko

Sumber : Data diolah (2025)

Berlandaskan hasil analisis regresi pada Tabel 7, persamaan regresi dirumuskan dibawah ini :

$$\text{Risky Credit Behavior} = 3.494 + 0.500X_1 + 0.260X_2$$

- a. Nilai konstanta sebesar 3,494 menunjukkan bahwa ketika Efikasi Diri Keuangan (X<sub>1</sub>) dan Pembelian Impulsif (X<sub>2</sub>) bernilai nol, maka Perilaku Kredit Berisiko tetap berada pada nilai 3,494.
- b. Koefisien regresi efikasi diri keuangan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,500 memperlihatkan bahwasannya tiap kenaikan satu unit pada X<sub>1</sub> bisa mengalami peningkatan perilaku kredit berisiko yakni 0,500 unit.
- c. Koefisien regresi pembelian impulsif (X<sub>2</sub>) sebesar 0,260 memperlihatkan bahwasannya setiap kenaikan satu unit X<sub>2</sub> melakukan peningkatan perilaku kredit berisiko sebesar 0,260 unit.

**Uji T**

Hasil uji hipotesis H1 dan H2 dapat di lihat pada tabel berikut :

**Tabel 9. Uji T**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.494	2.629		1.329	.186
	Efikasi Diri Keuangan	.500	.041	.669	12.073	.000
	Pembelian Impulsif	.260	.031	.463	8.365	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Kredit Berisiko

Sumber : Data diolah (2025)

Berlandaskan hasil uji t yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwasannya:

1. Variabel efikasi diri keuangan ( $X_1$ ) mendapati nilai signifikansi 0,000 dengan t hitung 12,073 yang lebih besar dibandingkan t tabel 1,978. Temuan ini memperlihatkan bahwasannya hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima, oleh sebab itu efikasi diri keuangan ( $X_1$ ) menghasilkan pengaruh signifikan secara parsial kepada perilaku kredit berisiko (Y) dengan arah hubungan positif.
2. Variabel pembelian impulsif ( $X_2$ ) mendapati nilai signifikansi 0,000 dengan t hitung 8,365 yang melebihi t tabel 1,978. Oleh sebab itu, hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima, yang memperlihatkan bahwasannya pembelian impulsif ( $X_2$ ) menghasilkan pengaruh signifikan secara parsial kepada perilaku kredit berisiko (Y) dengan hubungan positif.

### Uji F

Hasil uji hipotesis H3 dapat di lihat pada tabel di bawah :

**Tabel 10. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.491.411	2	1.245.705	98.248	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1.686.324	133	12.679		
	Total	4.177.735	135			

a. Dependent Variable: Perilaku Kredit Berisiko  
b. Predictors: (Constant), Pembelian Impulsif, Efikasi Diri Keuangan

Sumber : Data diolah (2025)

Berlandaskan hasil uji F pada tabel di atas, F hitung ialah 98,248 dengan signifikansi 0,000. Sebab nilai signifikansi  $< 0,05$  serta F hitung  $98,248 > F$  tabel 3,064, oleh sebab itu  $H_3$  diterima.

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 <sup>a</sup>	.596	.590	356.078

a. Predictors: (Constant), Pembelian Impulsif, Efikasi Diri Keuangan  
b. Dependent Variable: Perilaku Kredit Berisiko

Sumber : Data diolah (2025)

Hasil memperlihatkan bahwasannya nilai  $R^2 = 0,596$ , yang berarti efikasi diri keuangan dan pembelian impulsif secara bersama-sama mampu menjelaskan 59% variasi perilaku kredit berisiko. Sisanya, 41% memengaruhi pada variabel lainnya di luar model kajian ini.

### Pembahasan

#### Pengaruh Efikasi Diri Keuangan terhadap Perilaku Kredit Berisiko

Hasil kajian memperlihatkan bahwasannya Efikasi Diri Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Kredit Berisiko. Hal tersebut menunjukkan t hitung  $12.073 > t$  tabel 1.978 dan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$  alhasil,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi jika semakin tinggi efikasi diri keuangan seseorang

maka semakin tinggi tingkat kehati-hatian dalam mengelola keuangan khususnya dalam penggunaan kredit, sehingga dapat meminimalkan kecenderungan perilaku kredit berisiko. Keadaan ini selaras melalui kajian (Yahya et al., 2023) dan (Syakila, 2024) yang memperlihatkan bahwasannya efikasi diri keuangan menghasilkan pengaruh positif serta signifikan kepada perilaku kredit berisiko pada pengguna layanan pinjaman digital.

Walaupun berbeda dengan sejumlah kajian lain seperti (Putri & Ingriyani, 2024; Surya, 2023; Veronica & Indrawan, 2024) yang menemukan ikatan negatif, perbedaan ini memperlihatkan bahwasannya ikatan antar efikasi diri keuangan serta perilaku kredit berisiko bersifat kompleks serta dipengaruhi oleh konteks spesifik, termasuk jenis kredit, demografi responden, serta lingkungan finansial. Dalam konteks kajian ini, ikatan positif tersebut mengindikasikan bahwasannya upaya melakukan peningkatan efikasi diri keuangan sekadar tanpa pengendalian perilaku konsumtif serta pemahaman risiko yang realistis kurang efektif guna mengurangi perilaku kredit berisiko.

#### **Pengaruh Pembelian Impulsif terhadap Perilaku Kredit Berisiko**

Hasil kajian memperlihatkan bahwasannya pembelian impulsif menghasilkan pengaruh positif serta signifikan kepada Perilaku Kredit Berisiko. Nilai  $t$  hitung 8,365 yang melampaui  $t$  tabel 1,978 serta signifikansi  $0,000 < 0,05$  menyebabkan  $H_0$  ditolak serta  $H_1$  diterima, jadi semakin tinggi tingkat pembelian impulsif seseorang maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan perilaku kredit berisiko karena keputusan pembelian yang tidak terencana dapat mendorong penggunaan kredit secara kurang bijak. Temuan ini selaras dengan kajian (Nurmalasari, 2025) yang memperlihatkan bahwasannya pembelian impulsif meningkatkan kecenderungan risky credit behavior. Hubungan tersebut mencerminkan bahwa kemudahan penggunaan fasilitas BNPL seperti shopee paylater, yang memungkinkan pembayaran secara cicilan tanpa dana tunai langsung, menurunkan hambatan dalam pengambilan keputusan pembelian dan memperkuat perilaku konsumsi spontan. Kondisi ini berpotensi meningkatkan frekuensi serta nilai transaksi, yang dalam jangka panjang dapat menyebabkan akumulasi utang, peningkatan beban cicilan, dan risiko keterlambatan pembayaran, sebagaimana didukung oleh temuan (Hamidah et al., 2024).

Kajian (Abisha, 2024) memperlihatkan hasil berbeda yang menyatakan bahwa kredit digital negatif serta tidak selalu menghasilkan pengaruh signifikan kepada perilaku impulsif, terutama pada individu dengan sikap keuangan dan pengendalian diri yang baik. Perbedaan tersebut menegaskan bahwa pengaruh pembelian impulsif terhadap perilaku kredit berisiko bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh karakteristik individu. Dalam penelitian ini, tingginya kebutuhan konsumsi rumah tangga serta kemudahan akses kredit menyebabkan perilaku impulsif lebih cepat berujung pada penggunaan kredit berisiko.

### **Pengaruh Simultan Efikasi Diri Keuangan dan Pembelian Impulsif terhadap Perilaku Kredit Berisiko**

Hasil uji hipotesis simultan memperlihatkan bahwasannya efikasi diri keuangan serta pembelian impulsif secara bersama-sama menghasilkan pengaruh signifikan kepada perilaku kredit berisiko, yang dibuktikan melalui  $F$ -hitung 98,248 >  $F$ -tabel 3,064 dengan signifikansi  $0,000 < \alpha 0,05$ . Koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,596 (59,6%) mengindikasikan bahwasannya kedua variabel independen mampu menjelaskan 59,6% variasi perilaku kredit berisiko, sementara 40,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Temuan ini memperlihatkan bahwasannya perilaku kredit berisiko pada ibu rumah tangga pengguna shopee paylater merupakan hasil interaksi faktor psikologis internal serta perilaku konsumsi. Efikasi diri keuangan yang tinggi mencerminkan keyakinan dalam pengelolaan keuangan, namun ketika tidak diimbangi pengendalian pembelian impulsif, kondisi tersebut justru dapat mendorong penggunaan kredit secara berlebihan serta berisiko. Hal ini selaras dengan Behavioral Finance Theory yang menyatakan bahwasannya keputusan keuangan kerap dipengaruhi faktor psikologis serta emosi, sehingga individu tidak selalu bertindak rasional dalam pengelolaan kredit serta utang (Zhang, 2021).

Selain itu, (Hamidah et al., 2024) menegaskan bahwa kemudahan penggunaan layanan paylater mendorong pembelian impulsif, yang apabila dikombinasikan dengan keyakinan diri finansial yang tinggi dapat meningkatkan risiko penumpukan utang. Temuan serupa juga diungkapkan oleh (Nurmalasari, 2025) yang menunjukkan bahwa pembelian impulsif berperan penting dalam meningkatkan perilaku kredit berisiko, terutama pada layanan kredit digital.

Secara lebih spesifik, kombinasi antara efikasi diri keuangan yang tinggi dan tingkat pembelian impulsif yang tinggi membentuk profil risiko tertinggi. Ibu rumah tangga melalui efikasi diri keuangan yang tinggi cenderung merasa percaya diri mampu mengelola utang, namun pada saat yang sama memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif. Kondisi ini menyebabkan rasa percaya diri dalam mengelola utang menjadi lebih dominan dibandingkan kemampuan mengendalikan pengeluaran, sehingga mendorong peningkatan penggunaan kredit seiring dengan meningkatnya pengeluaran.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, efikasi diri keuangan terbukti berpengaruh signifikan kepada perilaku kredit risiko pada ibu rumah tangga pemakai shopee paylater, yang memperlihatkan bahwasannya tingkat kepercayaan diri individu dalam mengelola keuangan memiliki peran penting dalam menentukan tingkat risiko penggunaan kredit digital. Selain itu, pembelian impulsif juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku kredit berisiko, di mana kecenderungan melakukan pembelian tanpa perencanaan dapat meningkatkan risiko dalam penggunaan fasilitas kredit. Secara simultan, efikasi diri keuangan dan pembelian impulsif memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku kredit berisiko dengan kontribusi sebesar 59,6%, yang

menegaskan bahwa perilaku kredit berisiko dipengaruhi oleh kombinasi faktor psikologis dan perilaku konsumsi.

### Saran

Berlandaskan temuan penelitian, disarankan agar dari temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan kredit digital perlu diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang terkontrol agar tidak meningkatkan risiko keuangan rumah tangga, serta pentingnya pengendalian perilaku pembelian impulsif dalam penggunaan layanan Buy Now Pay Later agar beban cicilan tetap berada dalam batas kemampuan finansial. Daripada itu, hasil kajian ini bisa dijadikan rujukan bagi kajian seterusnya guna mengembangkan kajian mengenai perilaku kredit berisiko dengan mempertimbangkan variabel lain yang relevan sehingga hasil penelitian yang dihasilkan menjadi lebih komprehensif dan berdaya guna.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, Ujang Suherman, & Rengga Madya Pranata. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Self Efficacy Terhadap Perilaku Keuangan yang Dimoderasi Gender pada Owner UMKM di Desa Gintung Kerta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 6316–6332. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2627>
- Abisha, A. valecia putri. (2024). Pengaruh Financial Attitude dan Penggunaan Kredit Digital Terhadap Perilaku Impulsive Buying dalam Marketplace Shopee (Studi pada Generasi Z di SMKN 48 Jakarta Timur). <http://repository.usahid.ac.id/id/eprint/3759>
- Andyni, N., & Kurniasari, F. (2021). Pengaruh literasi dan efikasi diri terhadap inklusi keuangan pada penggunaan layanan pembayaran digital shopee pay di jabodetabek. 16(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.19166/derema.v16i1.3150>
- Arjohan, M. M., & Judijanto, A. A. N. S. Y. W. H. R. R. M. M. L. o. (2024). Manajemen Keuangan (R. Efendi, Ed.; Number November). CV LAUK PUYU PRESS.
- Dare, S. E., Dijk, W. W. Van, Dijk, E. Van, Dillen, L. F. Van, Gallucci, M., & Simonse, O. (2023). How Executive Functioning and Financial Self efficacy Predict Subjective Financial Well Being via Positive Financial Behaviors. *Journal of Family and Economic Issues*, 44, 232–248. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10834-022-09845-0>
- Ernawati, Yusnita, R. T., & Wibawa, G. R. (2024). Pengaruh Financial Literacy dan Financial Self-Efficacy terhadap Risky Credit Behavior dalam Penggunaan Paylater. *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(6), 26–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i6.1264>
- Eva Solina, Thomas Nadeak, F. A. S. (2026). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Kabupaten Karawang Eva. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 17(1), 27–36. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36448/jak.v17i1.4788>

- Girsang, F. J., & Purnama, E. D. (2025). Effect of Financial Literacy, Financial Experience, Financial Self-Efficacy on Consumption Behavior With Financial Technology As a Mediating Variable in the Millennial Generation. *Journal of Multidisciplinary Academic Business Studies*, 2(2), 417–435. <https://doi.org/10.35912/jomabs.v2i2.2695>
- Hamidah, S. F., Pratama, R. A. R. J., & Permana, R. M. T. (2024). Analysis of Paylater Usage on Impulsive Buying Behavior. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 187–193. <https://doi.org/10.36555/almana.v8i1.2514>
- Hasan, S. S. El. (2025). Drivers Of Buy Now Pay Later (Bnpl) Adoption In Emerging Markets: A Qualitative Exploration Of Shopee Paylater Users In Bogor City, Indonesia. *Journal of Economic Management*, 2(1), 48–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.70283/dirya.v2i1.77>
- Heriyantho, D. V., & Leon, F. M. (2022). Analisis Literasi Keuangan , Efikasi Diri , dan Perilaku Kredit Berisiko pada Mahasiswa di DKI Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13202–13216. <https://doi.org/hhttps://doi.org/10.31004/jptam.v6i2.4542>
- Herlina, & Destriana Widyaningrum. (2022). Menakar Kecenderungan Perilaku Impulse Buying Belanja Online Generasi Millennial pada Masa Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 481–492. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i3.605>
- Irsya, D. K., & Faturohman, T. (2024). The Demographical Analysis Of Indonesian Buy-Now- Pay-Later Users Financial Wellbeing. *Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(4), 3861–3872. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i4.6597>
- Komisioner, D., & Jasa, O. (2016). Peraturan otoritas jasa keuangan nomor 77/pojk.01/2016 tahun 2016 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis. [www.hukumonline.com/pusatdata](http://www.hukumonline.com/pusatdata)
- Kredivo. (2024). Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024. <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024-Kredivo.pdf>
- Melisa, A. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan , Sikap Keuangan dan Self Efficacy terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Ilmiah Aset*, 26(2). <https://doi.org/10.37470/1.26.2.237>
- Muh. Maksum, A. H. S., & Anggraini, R. M. (2023). Analisis Hukum Islam Terhadap Transaksi Shopee PayLater. *Journal of Sharia Economic Law*, 1(2), 53–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.37680/jshel.v1i2.4373>
- Muhammad. (2024). Laporan Perilaku Pengguna Paylater Indonesia 2024. <https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2024/06/25/laporan-perilaku-pengguna-paylater-indonesia-2024>
- Nixon daniel hutahaean. (2025). 5 Aplikasi Paylater Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia 2025. [www.GoodStats.Id](http://www.GoodStats.Id). <https://goodstats.id/article/5-aplikasi-paylater-favorit-gen-z-dan-milenial-di-indonesia-2025-E9TsL>

- Nurmalasari, L. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Impulsif dan Dampaknya Pada Risky Credit Behavior. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(6), 8423–8432. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i6.9479>
- Primantoro, A. Y. (2025). Hati-hati, Kredit Bermasalah Mulai Merangkak Naik. *Www.Kompas.Id*. <https://www.kompas.id/artikel/hati-hati-kredit-bermasalah-mulai-merangkak-naik>
- Putri, N. R., & Ingriyani, L. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan , Efikasi Keuangan , dan Pembelian Kompulsif terhadap Perilaku Kredit Berisiko pada Pengguna Paylater. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 5(1), 1–10.
- Rismaya, R., Ullum, M., & Mardiyani, M. (2025). The role of financial literacy and self-control: risky credit behavior in using paylater. *Manajemen Dan Bisnis*, 24(2), 296–311. <https://doi.org/https://doi.org/10.24123/mabis.v24i2.913>
- Rizaty, M. A. (2025). Data pengguna paylater di indonesia menurut generasi dan tujuan transaksi hingga november 2024. *Www.Dataindonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/keuangan/detail/data-pengguna-paylater-di-indonesia-menurut-generasi-dan-tujuan-transaksi-hingga-november-2024>
- Saepudin, L., Suherman, U., & Pranata, R. M. (2025). Pengaruh Uang Saku dan Self-control Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Merchandise K-Pop Pada Kpopers Karawang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(3), 1667–1675. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i3.4185>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Shopeepay. (2024). SPayLater: Bayar di Mana Pun Lebih Mudah Lebih Cepat. *Www.Shopeepay.Co.Id*. [https://shopeepay.co.id/blog/spaylater?utm\\_source](https://shopeepay.co.id/blog/spaylater?utm_source)
- Suherman, Ujang, Erna Atiwi Jaya Esti, Moch Arif Hernawan, Marlinda Saputri, Rahmat Mulyana Dali, Dedi Mulyadi, Ni Nyoman Juli Nuryani, Damajanti Sri Lestari, Santi Pertiwi Hari Sandi, Ery Rosmawati, Munawarah, Setiawati, Heny Handayani, Muhamad Nur Rizqi, Y. F. L. (2025). *Manajemen keuangan (konsep dan implementasi)* (Hartini, Ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Suriani, S. (2022). *Financial Behavior (SE. Suginam & Vina Winda Sari, Ed.)*. Yayasan Kita Menulis.
- Surindra, B., Ridwan, & Siska, N. L. (2020). *Manajemen Keuangan*. In Kepel Press. Penerbit Kepel Press.
- Surya, N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Self-Efficacy terhadap Risky Credit Behaviour dalam Penggunaan PayLater. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 12(1), 37–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.33059/jmk.v12i1.5825>
- Syakila, M. (2024). Pengaruh financial literacy dan financial self-efficacy terhadap risk credit behavior penggunaan shopee paylater (spaylater) pada mahasiswa fakultas ekonomi dan ilmu sosial uin suska riau. UIN Suska Riau.

- Veronica, M. S., & Indrawan, D. R. (2024). Studi Faktor Penentu Risky Credit Behavior Dalam Penggunaan Pay Later Generasi Z. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 97–113. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v8i1.29012>
- Wang, Y., Pan, J., Xu, Y., Luo, J., & Wu, Y. (2022). The Determinants of Impulsive Buying Behavior in Electronic Commerce. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127500>
- Yahya, M., Liestyowati, Majid, J., Nurchayati, & Multasih, L. (2023). the Influence of Digital Literacy and Financial Self Efficacy on. 08(01), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.11125>
- Zhang, L. L. & H. (2021). Financial literacy, self-efficacy and risky credit behavior among college students: Evidence from online consumer credit. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 45(1), 13–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100569>