JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i5
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 11 Mei 2026 | **Revised:** 20 Mei 2026 | **Accepted:** 22 Juni 2026

Pengaruh *Korean Wave* dan *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif: Kontrol Diri Sebagai Moderasi pada Mahasiswa di Palangka Raya

Selvia Nur Hidayah[1], Rita Sarlawa[2], Agustina Muliyani[3], Ani Mahrita[4]
[1]Universitas Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia, selvia9322@gmail.com
[2]Universitas Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia, rita.sarlawa@feb.upr.ac.id
[3]Universitas Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia, agustinamuliyani@feb.upr.ac.id
[4]Universitas Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia, animahrita@feb.upr.ac.id

Corresponding Author: selvia9322@gmail.com[1]

Abstract: *This study examines the influence of Korean Wave and Paylater on consumptive behavior, with self-control as a moderating variable among university students in Palangka Raya. The increasing penetration of Korean popular culture and the ease of access to Buy Now Pay Later (BNPL) services are hypothesized to amplify students' consumptive tendencies. This quantitative research employed Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) analysis using SmartPLS version 4. Data were collected from 100 respondents who met purposive sampling criteria: active university students in Palangka Raya who are exposed to Korean Wave content and have used Paylater services. The results of this study indicate that: (1) the Korean Wave has a positive and significant effect on the consumptive behavior of university students in Palangka Raya ($\beta = 0.288$, $t = 2.716$, $p = 0.007$); (2) the Buy Now Pay Later (BNPL) scheme has a positive and significant effect on the consumptive behavior of university students in Palangka Raya ($\beta = 0.493$, $t = 4.965$, $p = 0.000$); (3) self-control has a positive and significant effect on the consumptive behavior of university students in Palangka Raya ($\beta = 0.227$, $t = 2.476$, $p = 0.013$); (4) self-control significantly weakens the effect of the BNPL scheme on consumptive behavior among university students in Palangka Raya ($\beta = -0.236$, $t = 2.398$, $p = 0.017$); and (5) self-control significantly strengthens the effect of the Korean Wave on consumptive behavior among university students in Palangka Raya ($\beta = 0.320$, $t = 3.029$, $p = 0.002$). The model accounts for 51.4% of the variance in consumptive behavior ($R^2 = 0.514$). These findings underscore the critical role of self-control as a psychological mechanism in mitigating the risk of consumptive behavior in the digital era.*

Keyword: *Korean Wave, Paylater, Consumptive Behavior, Self-Control, SEM-PLS.*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji pengaruh *Korean Wave* dan *Paylater* terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel moderasi pada mahasiswa di Palangka Raya. Meningkatnya penetrasi budaya populer Korea dan kemudahan akses layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) diduga dapat memperkuat kecenderungan konsumtif mahasiswa. Penelitian kuantitatif ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan SmartPLS versi 4. Data dikumpulkan dari 100 responden yang memenuhi

kriteria *purposive sampling*: mahasiswa aktif di Palangka Raya yang terpapar konten *Korean Wave* dan pernah menggunakan layanan *Paylater*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Korean Wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya (β=0,288, t=2,716, p=0,007); (2) *Paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya (β=0,493, t=4,965, p=0,000); (3) Kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya (β=0,227, t=2,476, p=0,013); (4) Kontrol diri secara signifikan memperlemah pengaruh *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya (β=-0,236, t=2,398, p=0,017); dan (5) Kontrol diri secara signifikan memperkuat pengaruh *Korean Wave* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka raya (β=0,320, t=3,029, p=0,002). Model mampu menjelaskan 51,4% varian perilaku konsumtif (R^2=0,514). Temuan ini menegaskan peran penting kontrol diri sebagai mekanisme psikologis dalam memitigasi risiko perilaku konsumtif di era digital.

Kata Kunci: *Korean Wave*, *Paylater*, Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri, SEM-PLS.

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa menjadi fenomena yang semakin mengkhawatirkan di era digital. Kemudahan akses internet, media sosial, dan platform belanja online mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi yang tidak lagi didasarkan pada kebutuhan rasional, tetapi lebih pada pemenuhan keinginan dan kepuasan sesaat (Noormansyah & Putri, 2024). Perilaku konsumtif juga diartikan sebagai kecenderungan membeli barang atau jasa secara berlebihan yang berdampak pada pemborosan pengelolaan keuangan (Yulianti & Hardiansyah, 2023). Tingginya penetrasi internet di Indonesia turut memperkuat fenomena tersebut. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2025) menunjukkan bahwa 91,27% mahasiswa Indonesia merupakan pengguna aktif internet. Kondisi ini berdampak pada meningkatnya aktivitas konsumsi digital mahasiswa, yang tercermin dari penelitian Nadhifah et al. (2024) bahwa sebanyak 68,2% mahasiswa berada pada kategori perilaku konsumtif tinggi. Fenomena serupa juga ditemukan pada mahasiswa di Palangka Raya yang menunjukkan kecenderungan tinggi dalam melakukan pembelian online untuk produk non-primer (Padli et al., 2021).

Perkembangan perilaku konsumtif mahasiswa tidak dapat dilepaskan dari interaksi antara budaya digital dan perkembangan teknologi finansial. Salah satu bentuk budaya digital yang memiliki pengaruh besar adalah Korean Wave (Hallyu), yaitu fenomena penyebaran budaya populer Korea meliputi musik, drama, *fashion*, kuliner, dan gaya hidup ke berbagai negara (San et al., 2020; Putri et al., 2023). Indonesia menjadi salah satu negara dengan tingkat antusiasme tertinggi terhadap budaya Korea, yaitu sebesar 86,3% (Goodstats, 2024). Paparan *Korean Wave* mendorong mahasiswa untuk mengonsumsi berbagai produk terkait budaya Korea seperti *merchandise K-Pop*, produk *K-beauty*, *fashion* Korea, hingga layanan hiburan berbayar (Yuliana et al., 2025). Intensitas paparan melalui media sosial dan *platform* digital membuat *Korean Wave* tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga membentuk gaya hidup dan preferensi konsumsi mahasiswa.

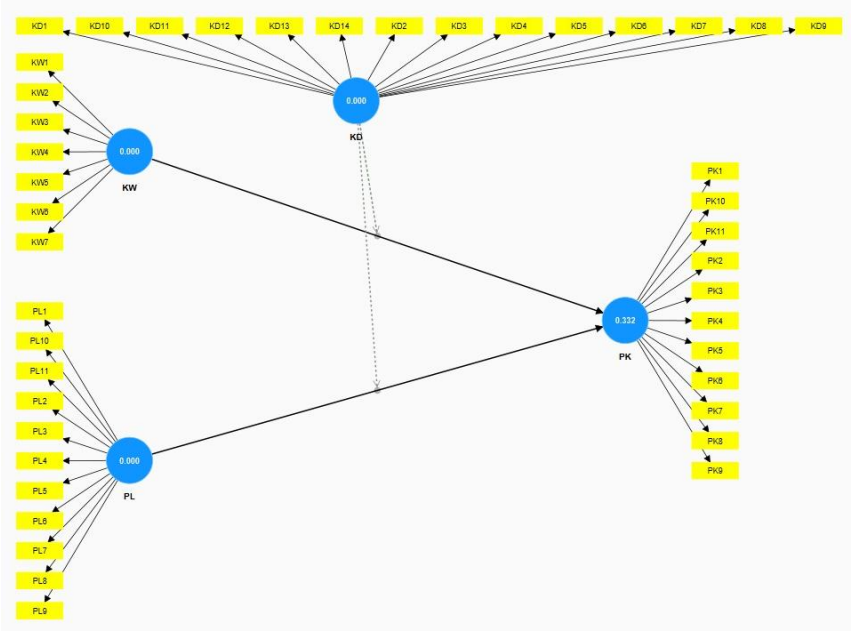
Di sisi lain, perkembangan *financial technology* melalui layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau *Paylater* turut memperbesar peluang munculnya perilaku konsumtif. *Paylater* merupakan sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen membeli produk tanpa melakukan pembayaran langsung pada saat transaksi (Utami & Aravik, 2023). Kemudahan akses, proses persetujuan yang cepat, serta fleksibilitas pembayaran menjadikan layanan ini populer di kalangan generasi muda. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pembiayaan BNPL mencapai Rp30,36 triliun pada November 2024 (Kumparan Bisnis, 2025). Pengguna layanan ini didominasi oleh generasi milenial dan Gen Z yang berada pada rentang usia mahasiswa

(Muhamad, 2024). Kemudahan tersebut berpotensi mendorong pembelian impulsif dan meningkatkan kecenderungan konsumsi berlebihan (Widayati et al., 2024).

Fenomena *Korean Wave* dan *Paylater* menunjukkan adanya interaksi antara budaya digital dan *financial technology* dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. *Korean Wave* menciptakan dorongan konsumsi melalui identifikasi gaya hidup dan simbol budaya, sedangkan *Paylater* berperan sebagai fasilitas finansial yang mempermudah realisasi keinginan konsumsi tersebut. Namun, tidak semua mahasiswa yang terpapar *Korean Wave* dan menggunakan *Paylater* memiliki tingkat perilaku konsumtif yang sama. Perbedaan tersebut mengindikasikan adanya mekanisme psikologis yang memengaruhi keputusan konsumsi individu, salah satunya adalah kontrol diri (*self-control*). Tangney et al. (2004) mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan individu untuk mengendalikan respons, menahan impuls, dan mengarahkan perilaku sesuai pertimbangan rasional. Individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan konsumtif dan mengambil keputusan keuangan secara lebih bijak (Annafila & Zuhroh, 2022; Putri et al., 2023).

Novelty penelitian ini terletak pada pengintegrasian *Korean Wave* sebagai representasi budaya digital, *Paylater* sebagai representasi *financial technology*, dan kontrol diri sebagai mekanisme psikologis dalam satu model penelitian perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian terdahulu umumnya hanya mengkaji *Korean Wave* atau *Paylater* secara terpisah terhadap perilaku konsumtif (Julita et al., 2022; Ester et al., 2025). Selain itu, kontrol diri lebih sering ditempatkan sebagai variabel independen atau mediasi, bukan sebagai variabel moderasi yang menjelaskan perbedaan respons konsumtif mahasiswa terhadap paparan budaya digital dan kemudahan finansial. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kontribusi baru dalam menjelaskan bagaimana interaksi budaya digital, *financial technology*, dan faktor psikologis membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini juga penting karena dilakukan pada mahasiswa di Palangka Raya sebagai kota tier dua yang masih jarang menjadi fokus penelitian, sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang lebih kontekstual mengenai perilaku konsumtif mahasiswa di luar kota metropolitan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh *Korean Wave* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya; (2) menganalisis pengaruh *Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya; (3) menganalisis peran moderasi kontrol diri pada pengaruh *Korean Wave* terhadap perilaku konsumtif; dan (4) menganalisis peran moderasi kontrol diri pada pengaruh *Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya.



Sumber: SmartPLS v4, 2026

Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui aplikasi SmartPLS versi 4. Metode SEM-PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan kompleks antarvariabel laten, termasuk model moderasi, serta sesuai digunakan pada ukuran sampel sedang dan penelitian yang bersifat prediktif (Hair & Alamer, 2022). Landasan teoritis penelitian mengacu pada Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen (1991), yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, *Korean Wave* merepresentasikan stimulus budaya digital yang membentuk sikap konsumsi, *Paylater* merepresentasikan kemudahan kontrol perilaku finansial berbasis teknologi, sedangkan kontrol diri berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa.

Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif jenjang S1 di perguruan tinggi Kota Palangka Raya yang terpapar konten *Korean Wave* dan pernah menggunakan layanan *Paylater*. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling karena penelitian ini memerlukan responden dengan karakteristik khusus yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu mahasiswa yang memiliki pengalaman langsung terhadap fenomena *Korean Wave* dan penggunaan layanan *Paylater*. Teknik ini dipilih agar data yang diperoleh lebih sesuai dalam menjelaskan hubungan antara budaya digital, *financial technology*, dan perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun kriteria responden meliputi: mahasiswa aktif yang berdomisili di Palangka Raya, aktif menggunakan media sosial minimal satu jam per hari, pernah menggunakan fitur Paylater minimal satu kali transaksi, serta pernah membeli produk atau mengakses layanan yang berkaitan dengan *Korean Wave*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden telah memenuhi ketentuan minimum SEM-PLS, yaitu 5–10 kali jumlah indikator penelitian (Sugiyono, 2023), sehingga dinilai memadai untuk melakukan pengujian model struktural dan moderasi.

Penelitian ini mencakup empat variabel utama, yaitu *Korean Wave* (X1), *Paylater* (X2), Kontrol Diri (Z), dan Perilaku Konsumtif (Y). Variabel *Korean Wave* diukur melalui indikator pemahaman, sikap dan perilaku, serta persepsi. Variabel *Paylater* diukur melalui indikator alasan penggunaan, kepuasan, kemudahan, jaminan keamanan, dan efektivitas. Variabel Kontrol Diri diukur melalui indikator pengendalian pikiran, pengendalian emosi, pengendalian impuls, dan pengendalian perilaku/disiplin. Sementara itu, variabel Perilaku Konsumtif diukur melalui indikator pembelian impulsif, pemborosan, pencarian kesenangan, dan konsumsi untuk prestise. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert 1–5.

Untuk meminimalkan potensi *common method bias*, penelitian ini menerapkan beberapa prosedur metodologis, seperti penyusunan item pernyataan yang jelas dan tidak ambigu, pemberian anonimitas kepada responden, serta pengacakan urutan pertanyaan dalam kuesioner agar responden tidak memberikan jawaban yang bersifat konsisten secara artifisial. Selain itu, pengujian common method bias juga dilakukan melalui evaluasi *collinearity assessment* dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Model dinyatakan bebas dari indikasi common method bias apabila nilai VIF berada di bawah 3,3.

Pengujian model pengukuran (outer model) meliputi uji validitas konvergen menggunakan nilai *Average Variance Extracted* (AVE > 0,50) dan uji validitas diskriminan menggunakan nilai *cross loading* (> 0,70). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan nilai kritis > 0,60 (Hair & Alamer, 2022). Pengujian model struktural (*inner model*) meliputi analisis *R-Square*, *F-Square*, *Q-Square*, *path coefficients*, dan pengujian hipotesis menggunakan nilai *t-statistik* dengan kriteria penerimaan > 1,96.

Selain itu, variabel kontrol diri dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel moderasi karena secara konseptual kontrol diri dipandang sebagai mekanisme psikologis yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh *Korean Wave* dan *Paylater* terhadap perilaku

konsumtif. Namun demikian, apabila hasil pengujian empiris menunjukkan arah pengaruh kontrol diri yang positif terhadap perilaku konsumtif, maka interpretasi akan dilakukan secara lebih hati-hati dengan mempertimbangkan kemungkinan adanya perbedaan konteks perilaku konsumsi mahasiswa, kecenderungan *self-justification* dalam penggunaan *Paylater*, maupun pengaruh lingkungan sosial digital yang dapat mengurangi efektivitas kontrol diri individu. Oleh karena itu, hasil tersebut tidak hanya dipahami secara statistik, tetapi juga dianalisis secara konseptual berdasarkan dinamika perilaku konsumsi mahasiswa di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian *outer model* dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Hasil uji validitas konvergen menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,50, yang mengindikasikan bahwa instrumen mampu merepresentasikan konstruk yang hendak diukur dengan baik (Hair & Alamer, 2022).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen (AVE)

Variabel	Nilai AVE
***Korean Wave* (X1)**	0,577
***Paylater* (X2)**	0,587
Perilaku Konsumtif (Y)	0,672
Kontrol Diri (Z)	0,601

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS v4, 2026

Hasil uji validitas diskriminan menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai *cross loading* di atas 0,70 pada konstruknya masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan variabel laten yang diukur secara lebih baik dibandingkan konstruk lainnya, sehingga validitas diskriminan model telah terpenuhi. Dengan demikian, seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Selanjutnya, hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel laten memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,80. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik sehingga dapat diandalkan dalam mengukur konstruk penelitian secara konsisten (Hair & Alamer, 2022).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Diskriminan dan Reliabilitas

Construct	Indicator	Outer Loading	Cronbach's Alpha
Korean Wave (KW)	X1_1	0,814	0,879
	X1_2	0,707	
	X1_3	0,758	
	X1_4	0,753	
	X1_5	0,717	
	X1_6	0,742	
	X1_7	0,819	
Paylater (PL)	X2_1	0,766	0,930
	X2_2	0,771	
	X2_3	0,739	
	X2_4	0,800	
	X2_5	0,778	
	X2_6	0,701	
	X2_7	0,720	

	X2_8	0,776	
	X2_9	0,741	
	X2_10	0,795	
	X2_11	0,834	
Perilaku Konsumtif (PK)	Y_1	0,816	0,951
	Y_2	0,822	
	Y_3	0,835	
	Y_4	0,857	
	Y_5	0,831	
	Y_6	0,704	
	Y_7	0,839	
	Y_8	0,749	
	Y_9	0,879	
	Y_10	0,871	
	Y_11	0,797	
Kontrol Diri (KD)	Z_1	0,734	0,950
	Z_2	0,733	
	Z_3	0,729	
	Z_4	0,793	
	Z_5	0,803	
	Z_6	0,830	
	Z_7	0,862	
	Z_8	0,736	
	Z_9	0,766	
	Z_10	0,809	
	Z_11	0,804	
	Z_12	0,724	
	Z_13	0,714	
	Z_14	0,797	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS v4, 2026

Seluruh variabel laten memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,6, bahkan di atas 0,8, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan (Hair & Alamer, 2022).

Evaluasi Model Struktural (*Inner model*)

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk melihat kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian. Nilai *R-Square* sebesar 0,514 menunjukkan bahwa variabel *Korean Wave*, *Paylater*, kontrol diri, serta interaksi moderasi mampu menjelaskan sebesar 51,4% variasi perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya. Nilai tersebut termasuk kategori moderat, yang berarti model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Selain itu, nilai *Q-Square* sebesar 0,332 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik. Artinya, model tidak hanya mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara statistik, tetapi juga memiliki kemampuan prediksi yang memadai terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Analisis *effect size* (*F-Square*) menunjukkan bahwa *Paylater* memiliki pengaruh terbesar terhadap perilaku konsumtif dengan nilai f^2 sebesar 0,353 yang termasuk kategori besar. Temuan ini mengindikasikan bahwa *financial technology* melalui layanan *Paylater* menjadi faktor dominan yang secara langsung memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Kemudahan akses transaksi, fleksibilitas pembayaran, dan penundaan kewajiban pembayaran membuat mahasiswa lebih mudah melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kondisi finansial aktual secara mendalam. Sementara itu, *Korean Wave* memiliki nilai *effect size* sebesar 0,112 yang termasuk kategori kecil hingga moderat. Hal ini menunjukkan bahwa budaya digital tetap berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, terutama melalui pembentukan preferensi gaya hidup, identitas sosial, dan tren konsumsi berbasis budaya populer Korea.

Kontrol diri memiliki nilai *effect size* sebesar 0,090 yang termasuk kategori kecil. Namun demikian, peran kontrol diri menjadi lebih signifikan ketika diposisikan sebagai variabel moderasi. Menariknya, *effect size* moderasi kontrol diri pada hubungan *Korean Wave* terhadap perilaku konsumtif (f^2=0,146) lebih besar dibandingkan moderasi kontrol diri pada hubungan *Paylater* terhadap perilaku konsumtif (f^2=0,075). Temuan ini menunjukkan bahwa kontrol diri lebih sensitif dalam merespons stimulus berbasis budaya dan identitas sosial dibandingkan stimulus berbasis fasilitas finansial. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini terletak pada kemampuannya menjelaskan bagaimana mekanisme psikologis bekerja secara berbeda pada konteks budaya digital dan *financial technology*

Tabel 3. Hasil Evaluasi Model Struktural

Jalur / Variabel	R-Square	F-Square	Q-Square
Perilaku Konsumtif (Y)	0,514	-	0,332
***Korean Wave* → PK**	-	0,112	-
***Paylater* → PK**	-	0,353	-
Kontrol Diri → PK	-	0,090	-
KW × KD → PK	-	0,146	-
PL × KD → PK	-	0,075	-

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS v4, 2026

Pengujian Hipotesis

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	β (O)	*T Statistik*	*P-Value*	Hasil
H1: *Korean Wave* → Perilaku Konsumtif	0,288	2,716	0,007	Diterima
H2: *Paylater* → Perilaku Konsumtif	0,493	4,965	0,000	Diterima
H3: Kontrol Diri → Perilaku Konsumtif	0,227	2,476	0,013	Diterima
H4: *Paylater* × Kontrol Diri → PK	-0,236	2,398	0,017	Diterima
H5: *Korean Wave* × Kontrol Diri → PK	0,320	3,029	0,002	Diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS v4, 2026

Pengaruh *Korean Wave* Terhadap Perilaku Konsumtif (H1)

Hipotesis pertama diterima, menunjukkan bahwa *Korean Wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya (β=0,288, t=2,716, p=0,007). Artinya, semakin tinggi intensitas paparan mahasiswa terhadap budaya populer Korea, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mereka.

Temuan ini menunjukkan bahwa *Korean Wave* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga membentuk gaya hidup, preferensi konsumsi, dan identitas sosial mahasiswa. Paparan konten K-Pop, drama Korea, *fashion*, dan produk kecantikan Korea melalui media sosial mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi sebagai bentuk ekspresi diri dan keterlibatan budaya. Dalam konteks ini, konsumsi menjadi bagian dari simbol identitas sosial dan kedekatan emosional dengan budaya Korea.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Dewi & Komsiah (2024) yang menemukan bahwa fanatisme *Korean Wave* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z, serta

Yuliana et al. (2025) yang menunjukkan bahwa paparan konten K-Pop di media sosial meningkatkan kecenderungan pembelian produk Korea.

Secara teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). *Korean Wave* membentuk sikap positif mahasiswa terhadap produk Korea sekaligus menciptakan norma subjektif melalui komunitas penggemar dan lingkungan media sosial. Kombinasi kedua faktor tersebut mendorong niat konsumsi yang pada akhirnya memengaruhi perilaku pembelian mahasiswa.

Nilai *effect size Korean Wave* sebesar 0,112 menunjukkan bahwa budaya digital memiliki pengaruh yang cukup berarti dalam membentuk perilaku konsumtif, meskipun pengaruhnya masih berada di bawah faktor *financial technology* seperti *Paylater*.

Pengaruh *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif (H2)

Hipotesis kedua diterima, menunjukkan bahwa *Paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya (β=0,493, t=4,965, p=0,000). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan layanan Paylater, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.

Paylater tidak hanya berfungsi sebagai metode pembayaran digital, tetapi juga mengubah persepsi mahasiswa terhadap kemampuan finansial mereka. Skema cicilan dan penundaan pembayaran menciptakan ilusi keterjangkauan sehingga keputusan konsumsi lebih banyak didasarkan pada kemampuan membayar di masa depan dibandingkan kondisi keuangan aktual saat ini. Dalam konteks mahasiswa, kondisi tersebut memperbesar kecenderungan *impulsive buying* karena hambatan psikologis dalam melakukan pembelian menjadi semakin rendah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Darsono et al. (2025) yang menemukan bahwa *Paylater* mendorong perilaku konsumtif melalui motivasi hedonisme, serta Julita et al. (2022) yang membuktikan bahwa penggunaan *Shopee Paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Nilai *effect size* sebesar 0,353 menunjukkan bahwa *Paylater* merupakan faktor paling dominan dalam model penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa *financial technology* memiliki kekuatan pengaruh yang lebih nyata terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dibandingkan stimulus budaya digital. Dengan kata lain, kemudahan akses kredit digital menjadi fasilitator utama konsumsi berlebihan pada mahasiswa di era digital.

Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (H3)

Hipotesis ketiga diterima, menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya (β=0,227, t=2,476, p=0,013). Temuan ini berbeda dengan sebagian besar penelitian sebelumnya yang menempatkan kontrol diri sebagai faktor yang menekan perilaku konsumtif.

Secara teoritis, individu dengan kontrol diri tinggi seharusnya lebih mampu mengendalikan impuls pembelian dan mengambil keputusan konsumsi secara rasional. Namun, dalam konteks penelitian ini, arah pengaruh positif mengindikasikan bahwa kontrol diri pada mahasiswa tidak selalu bermakna sebagai penolakan terhadap konsumsi, melainkan dapat berubah menjadi mekanisme pengelolaan konsumsi yang lebih terencana.

Mahasiswa dengan kontrol diri tinggi kemungkinan tetap melakukan konsumsi produk *Korean Wave* atau menggunakan layanan *Paylater*, tetapi dengan pertimbangan yang lebih sadar, selektif, dan terorganisasi. Dengan kata lain, kontrol diri tidak sepenuhnya menghilangkan perilaku konsumtif, tetapi mengubah pola konsumsi menjadi lebih rasional dan terarah.

Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan pola perilaku konsumsi generasi muda di era digital. Konsumsi tidak lagi dipahami semata-mata sebagai tindakan impulsif, tetapi juga sebagai bagian dari identitas sosial, aktualisasi diri, dan keterlibatan budaya digital. Dalam

situasi tersebut, individu dengan kontrol diri tinggi tetap dapat menunjukkan perilaku konsumtif karena konsumsi dianggap memiliki nilai emosional, sosial, dan simbolik tertentu.

Temuan ini menjadi kontribusi penting penelitian karena menunjukkan bahwa hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif bersifat kontekstual, khususnya pada mahasiswa yang hidup dalam lingkungan budaya digital dan *financial technology* yang intensif. Hasil ini juga memperluas pemahaman bahwa kontrol diri tidak selalu menghasilkan penurunan konsumsi, tetapi dapat mengarahkan konsumsi menjadi lebih terencana.

Moderasi Kontrol Diri pada Pengaruh *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif (H4)

Hipotesis keempat diterima dengan nilai koefisien negatif dan signifikan (β=-0,236, t=2,398, p=0,017). Artinya, kontrol diri mampu memperlemah pengaruh *Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya.

Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat kontrol diri tinggi cenderung lebih mampu membatasi dorongan konsumsi yang muncul akibat kemudahan layanan *Paylate*. Meskipun *Paylater* memberikan akses transaksi yang cepat dan fleksibel, individu dengan kontrol diri tinggi tetap mempertimbangkan konsekuensi finansial jangka panjang sebelum melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung pandangan bahwa kontrol diri berfungsi sebagai mekanisme protektif terhadap risiko konsumsi berlebihan pada penggunaan *financial technology*. Dalam konteks ini, kontrol diri berperan sebagai "rem psikologis" yang membantu mahasiswa mengendalikan impuls pembelian meskipun fasilitas kredit digital tersedia secara mudah. Seseorang yang memiliki literasi keuangan digital yang mumpuni dalam hal proteksi diri dan kemampuan memutuskan, kecil kemungkinannya untuk terjerat tawaran kredit digital yang merugikan serta perangkap sistem *paylater* (Sarlawa, 2025). Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan keputusan finansial menjadi faktor penting dalam memitigasi dampak konsumtif dari penggunaan *Paylater*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Lestari & Haris (2024) yang menyatakan bahwa pengendalian diri menjadi faktor penting dalam memitigasi perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater*, serta Avivi et al. (2025) yang menemukan bahwa kontrol diri memoderasi hubungan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *Paylater*.

Meskipun nilai *effect size* moderasi *Paylater* × Kontrol Diri sebesar 0,075 termasuk kategori kecil, temuan ini tetap penting karena menunjukkan bahwa faktor psikologis mampu mengurangi dampak negatif *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Moderasi Kontrol Diri pada Pengaruh *Korean Wave* Terhadap Perilaku Konsumtif (H5)

Hipotesis kelima diterima dengan nilai koefisien positif dan signifikan (β=0,320, t=3,029, p=0,002). Hasil ini menunjukkan bahwa kontrol diri justru memperkuat pengaruh *Korean Wave* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya.

Temuan ini menunjukkan dinamika yang berbeda dibandingkan hubungan moderasi pada *Paylater*. Dalam konteks *Korean Wave*, mahasiswa dengan kontrol diri tinggi tidak sepenuhnya mengurangi konsumsi, tetapi cenderung melakukan konsumsi yang lebih terencana dan selektif terhadap produk budaya Korea. Mereka tetap melakukan pembelian karena konsumsi tersebut dianggap memiliki nilai simbolik, emosional, dan sosial tertentu.

Fenomena ini menunjukkan bahwa kontrol diri dalam konteks budaya digital tidak selalu bekerja sebagai penghambat konsumsi, tetapi dapat berfungsi sebagai mekanisme pengelolaan konsumsi yang lebih sadar dan terarah. Mahasiswa dengan kontrol diri tinggi kemungkinan lebih mampu menentukan jenis produk Korea yang dianggap relevan dengan identitas dan preferensi mereka, sehingga konsumsi tetap terjadi meskipun dilakukan secara lebih rasional.

Nilai *effect size* moderasi sebesar 0,146 menunjukkan bahwa pengaruh moderasi kontrol diri pada hubungan *Korean Wave* terhadap perilaku konsumtif relatif lebih kuat dibandingkan moderasi pada hubungan *Paylater*. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor psikologis lebih sensitif dalam merespons stimulus berbasis budaya dan identitas sosial dibandingkan stimulus berbasis fasilitas finansial.

Temuan ini menjadi kontribusi orisinal penelitian karena menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki mekanisme kerja yang berbeda pada konteks budaya digital dan *financial technology*. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai kompleksitas hubungan antara kontrol diri, budaya digital, dan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa Korean Wave dan Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Palangka Raya. Paylater menjadi faktor yang memiliki pengaruh paling dominan dalam meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan Korean Wave berperan sebagai stimulus budaya digital yang membentuk preferensi dan gaya hidup konsumsi mahasiswa. Selain itu, kontrol diri terbukti memiliki peran yang kompleks dalam hubungan tersebut. Kontrol diri mampu memperlemah pengaruh Paylater terhadap perilaku konsumtif, namun justru memperkuat pengaruh Korean Wave terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan Theory of Planned Behavior (TPB) dengan menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa di era digital tidak hanya dipengaruhi oleh faktor sikap dan kontrol perilaku, tetapi juga oleh interaksi antara budaya digital, financial technology, dan mekanisme psikologis individu. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa kontrol diri tidak selalu berfungsi sebagai faktor penghambat perilaku konsumtif, melainkan dapat bekerja secara kontekstual tergantung pada jenis stimulus yang dihadapi individu. Temuan ini menjadi kontribusi penting karena memperluas pemahaman mengenai dinamika perilaku konsumsi generasi muda dalam lingkungan digital yang semakin intensif.

Secara akademik, penelitian ini memperkaya kajian mengenai perilaku konsumtif dengan mengintegrasikan *Korean Wave*, *Paylater*, dan kontrol diri dalam satu model penelitian. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel moderasi psikologis memiliki mekanisme pengaruh yang berbeda pada konteks budaya digital dan *financial technology*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, gaya hidup, atau *fear of missing out* (FOMO) guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumtif mahasiswa.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya penguatan literasi keuangan dan pengendalian diri pada mahasiswa dalam menghadapi perkembangan budaya digital dan *financial technology*. Perguruan tinggi dapat mengembangkan program edukasi terkait pengelolaan keuangan dan perilaku konsumsi digital yang sehat. Selain itu, penyedia layanan *Paylater* diharapkan dapat menghadirkan fitur pengingat pengeluaran, pembatasan transaksi, dan edukasi risiko utang digital sebagai upaya meminimalkan perilaku konsumtif berlebihan pada mahasiswa

REFERENSI

Ajzen, I. (1991). The *Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Annafila, H., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif *Online* Shopping Bagi Mahasiswa. PSIKODINAMIKA: Jurnal Literasi Psikologi, 2(1).

Arif, N. A., & Imsar. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna Electronic Money

dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi. Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management, 4(1).

Avivi Hilwana, A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later: Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 3(1), 422–437.

Candra, Y., Nastasia, K., & Fenia, S. Z. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMAN 10 Padang. Bisnis Dharma Andalas, 23(1).

Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena *Paylater* di Kalangan Mahasiswa: Gaya Hidup, Sosial, dan Motivasi Hedonisme sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif. Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia, 9(1), 125–138.

Dewi, H. S., & Komsiah, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Budaya Populer Fanatisme *Korean Wave* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. IKRAITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora, 8(2).

Ester, Wonua, A. R., & Kurniadi, H. (2025). Fenomena Belanja *Merchandise* K-POP NCT: Perspektif Konformitas dan Perilaku Konsumtif. Ekono Insentif, 19(1), 12–23.

Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. Research Methods in Applied Linguistics, 1(3).

Julita, E., Bulan, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(3), 2953.

Kumparan Bisnis. (2025, Januari). OJK: Utang Warga RI di *Paylater* Tembus Rp 30,36 Triliun per November 2024. Kumparan Bisnis.

Lestari, S. D., & Haris, H. (2024). Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee *Paylater* Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9(1).

Muhamad, N. (2024). Milenial dan Gen Z Mendominasi Pengguna *Paylater* di Indonesia. Databoks. https://databoks.katadata.co.id

Nadhifah, A. N., Sucipto, M. A. B., & Sudibyo, H. (2024). Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Pancasakti. Jurnal Fokus Konseling, 10(1), 17–27.

Noormansyah, I., & Putri, F. F. (2024). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Penggemar K-Pop di Jakarta. E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 17(2), 250–262.

Padli, M. A., Safitri, A., & Erawati, D. (2021). Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Mahasiswa IAIN Palangka Raya. FUAD-International Conference On Islamic Studies, 1(1).

Putri, N. L. T., Bakar, R. M., & Hamid, A. N. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop. PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Humaniora, 2(5).

San, L. Y., Hock, N. T., & Yin, L. P. (2020). Purchase Intention Towards Korean Products Among Generation Y In Malaysia. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences, 660–669.

Sarlawa, R. (2025). Digital Financial Literacy and Financial Behavior: Pathways to Inclusion and Resilience. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *13*(6), 5709-5726.

Sudiksa, I. M., Sutrisni, K. E., & Sunarta, N. (2024). Analisis Data Penelitian Teknologi Pembelajaran: Perbandingan Hasil antara WarpPLS, SmartPLS, Amos, dan SPSS. Jurnal Teknologi Pembelajaran Indonesia, 14(1), 93–102.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed.). Alfabeta.

Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High *self-control* predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. Journal of Personality, 72(2), 173–212.

Utami, M. R., & Aravik, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee *Paylater* Kota Palembang Serta Pandangan Perspektif Ekonomi Islam Terhadapnya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA), 3(2), 269–282.

Widayati, C., Hariani, S., Budiharjo, R., Osmar, R., Fakhrorazi, A., & Khamis, K. A. (2024). Mitigating The Long-Term Risks of Debt and Consumerism Behaviour: In The Perspective of Gen Z in Indonesia and Malaysia. Journal of Ecohumanism, 3(8).

Yuliana, D., Maharani, D., Hafsah, Supriadi, H., Yusrafli, M., & Malik, I. (2025). Pengaruh *Korean Wave* (Industri Hiburan) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Mataram. Jurnal SocEd Sasambo, 3(3).

Yulianti, A., & Hardiansyah, M. A. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Remaja dalam Kehidupan Masyarakat di Kabupaten Serang. Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi, 6(1).