

## Pengaruh *Self Control* dan *Self Reward* Terhadap Perilaku Penggunaan *Shopee Paylater*

Shalom Noveta R. R<sup>1\*</sup>, Hero Priono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

\* E-mail: 22013010170@student.upnjatim.ac.id

### Information Article

*History Article*

*Submission: 11-06-2026*

*Revision: 02-07-2026*

*Published: 02-07-2026*

### DOI Article:

10.62421/jibema.v4i1.389

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *self control* dan *self reward* terhadap perilaku penggunaan *Shopee Paylater* pada mahasiswa Akuntansi yang dilandasi oleh *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 96 mahasiswa S1 Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self control* dan *self reward* masing-masing memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan *Shopee Paylater*, yang berarti semakin tinggi kedua variabel tersebut, maka semakin rendah kecenderungan penggunaan layanan secara berlebihan. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah sampel yang hanya berasal dari satu program studi pada satu perguruan tinggi, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami faktor psikologis yang dapat menekan perilaku konsumtif dalam penggunaan layanan *paylater*, serta menegaskan pentingnya penguatan *self control* dan *self reward* yang bertanggung jawab guna mendorong perilaku keuangan mahasiswa yang lebih bijaksana.

**Kata Kunci:** *Self Control, Self Reward, Perilaku Penggunaan Shopee Paylater*

### ABSTRACT

*This study aimed to analyze the influence of self control and self reward on Shopee Paylater usage behavior among accounting students, based on the theory of planned behavior (TPB). This research employs an explanatory quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 96 undergraduate accounting students at UPN “Veteran” East Java using purposive sampling. Data analyzed was conducted using the PLS-SEM method. The results show that self control and self reward have a negative and significant effect on Shopee Paylater usage behavior. This indicates that the higher levels of both variables, the lower the tendency of students to use Shopee Paylater excessively. This limitation of this study lies in the sample, which is restricted to one study program at one university, therefore the generalizability of the findings should be interpreted with caution. This study contributes to understanding the psychological factors that can reduce consumptive behavior in the use of paylater service and emphasizing the importance of strengthening*

### Acknowledgment

---

*responsible self control and self reward to encourage more prudent financial behavior among students.*

**Key word:** *Self Control, Self Reward, Shopee Paylater Usage Behavior*

---

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

## PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mengubah sistem keuangan secara signifikan, salah satunya melalui kehadiran *financial technology* (fintech) yang memberikan berbagai solusi transaksi yang lebih praktis dan efisien (Putri & Andarini, 2022). Salah satu inovasi yang mengalami pertumbuhan pesat adalah layanan *Buy Now, Pay Later* (BNPL) atau *paylater*, yakni sebuah sistem yang memungkinkan konsumen memperoleh barang terlebih dahulu dan menyelesaikan pembayaran pada periode berikutnya. Keberadaan layanan ini memberikan berbagai kemudahan bagi pengguna, mulai dari proses registrasi yang terbilang sederhana hanya dengan memanfaatkan KTP digital (Fitri & Adji, 2024). Berdasarkan catatan OJK, total pembiayaan melalui layanan *paylater* di Indonesia telah mencapai angka Rp21,89 triliun hingga Mei 2025 Meilina, (2025), sedangkan laporan yang diterbitkan oleh Katadata Insight Center bersama Kredivo (2024) mengungkapkan bahwa *paylater* berhasil menduduki posisi kedua sebagai metode pembayaran yang paling banyak digunakan dalam transaksi belanja daring, dengan tingkat penggunaan sebesar 70,5% serta peningkatan nilai transaksi mencapai 21,66% dalam kurun waktu satu tahun.

Di antara berbagai platform yang menyediakan layanan *paylater*, Shopee tercatat mendominasi pasar e-commerce Indonesia dengan menguasai pangsa sebesar 53,22% sebagai situs belanja daring yang paling sering dikunjungi (APJII, 2025). Melalui aplikasi tersebut, konsumen dapat berbelanja kapan pun dan di mana pun hanya dengan bermodalkan *handphone* (Zuliyansah et al., 2024). Survei Populix (2023) mencatat bahwa Shopee *Paylater* menjadi layanan *paylater* yang paling dikenal sekaligus paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dengan persentase mencapai 89%. Pengguna layanan ini didominasi oleh kalangan usia muda, sebagaimana ditunjukkan oleh data IDScore-Pefindo (2024) bahwa kelompok usia 20–30 tahun menyumbang 48,06% dari keseluruhan pengguna, termasuk di dalamnya mahasiswa yang belum memiliki sumber penghasilan tetap sehingga lebih rentan terhadap risiko gagal bayar maupun permasalahan keuangan di kemudian hari (Nugrahanti et al., 2024). Fleksibilitas dan kemudahan akses yang ditawarkan Shopee *Paylater* menjadikannya sebagai salah satu alternatif pembayaran nontunai yang kian diminati (Setiawati et al., 2024). Meski demikian, di balik berbagai kemudahan yang ditawarkan, layanan ini bagaikan pedang bermata dua yang berpotensi menjerat mahasiswa dalam tumpukan utang yang sulit dikendalikan (Elliyana et al., 2025).

Fenomena menumpuknya utang yang tidak terkendali di kalangan mahasiswa tersebut erat kaitannya dengan lemahnya aspek psikologis individu dalam mengelola keuangan pribadi. Pemanfaatan Shopee *Paylater* yang berlebihan dan tidak terencana mencerminkan lemahnya faktor psikologis seseorang, terutama yang berkaitan dengan *self control* dan *self reward*. *Self control* dapat dipahami sebagai kemampuan seseorang dalam mengendalikan dorongan dari dalam diri serta mempertimbangkan dampak jangka panjang sebelum mengambil suatu keputusan finansial (Harjanti et al., 2025), sedangkan *self reward* merupakan bentuk penghargaan yang diberikan atas pencapaian tertentu, yang kerap diwujudkan melalui aktivitas konsumsi (I. M. Putri et al., 2025). Tanpa pengelolaan yang baik, keduanya berpotensi mendorong perilaku penggunaan *paylater* yang impulsif dan tidak terencana.

Meskipun fenomena *paylater* telah banyak diteliti, terdapat gap penelitian di mana sebagian besar studi terdahulu lebih berfokus faktor teknologi seperti keamanan dan kemudahan penggunaan (Nugrahanti et al., 2024). Elliyana et al., (2025) membuktikan *self control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan *paylater*, namun Nugrahanti et al., (2024) menemukan hasil yang berlawanan. Sari & Pramiana, (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh langsung terhadap penggunaan *paylater*, namun *self control* terbukti berperan sebagai moderasi yang memperkuat hubungan tersebut, di mana individu dengan *self control* tinggi cenderung menggunakan *paylater* lebih bijak. Pada variabel *self reward*, Komala et al., (2024) menemukan pengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan, sementara Rahayu et al., (2025) menunjukkan pengaruh positif apabila dilakukan secara terkontrol. Inkonsistensi ini menegaskan perlunya kajian lebih lanjut, terutama karena masih terbatasnya penelitian yang menguji kedua variabel secara simultan terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater* secara spesifik.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji pengaruh *self control* dan *self reward* terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa akuntansi, yang berlandaskan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2020) yang merepresentasikan *self control* sebagai *perceived behavioral control* dan *self reward* sebagai *attitude toward behavior*. Orisinalitas penelitian ini terletak pada pengujian simultan kedua variabel psikologis tersebut terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater*, variabel dependen yang belum banyak dieksplorasi dibanding perilaku manajemen keuangan secara umum. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur *Theory of Planned Behavior* dalam konteks fintech, khususnya layanan BNPL di Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa akuntansi memahami pentingnya *self control* dan *self reward* dalam mengambil keputusan keuangan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi institusi pendidikan dalam menyusun program edukasi keuangan yang mendukung pengelolaan keuangan mahasiswa.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori untuk menganalisis pengaruh *self control* dan *self reward* terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater*. Objek penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur dengan total populasi sebanyak 1.922 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus slovin dengan tingkat error 10% sehingga diperoleh sebanyak 96 responden. Pemilihan responden menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria mahasiswa yang pernah atau aktif menggunakan Shopee *Paylater*.

Data yang digunakan merupakan data primer yang didapatkan dari kuesioner *online* via Google Form. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert 5 poin, dengan indikator *self control* diadaptasi dari Laila & Handayani, (2025), *self reward* dari Rahayu et al., (2025), dan perilaku penggunaan Shopee *Paylater* dari Nugrahanti et al., (2024) serta Wardani & Indra, (2024).

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode PLS-SEM yang didukung oleh perangkat lunak SmartPLS 4.0, melalui dua tahapan utama. Analisis data dilakukan dalam dua tahap. Pertama, evaluasi outer model, bertujuan menguji validitas dan reliabilitas instrumen melalui *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Kedua, evaluasi inner model digunakan untuk menguji hipotesis penelitian berdasarkan nilai *path* koefisien dan signifikansi yang diperoleh dari prosedur *bootstrapping*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### Deskripsi Variabel Penelitian

##### *Self Control*

*Self control* adalah kemampuan individu untuk mengelola dan mengendalikan pikiran, emosi, serta tindakan dalam rangka mendukung pencapaian tujuan keuangan jangka panjang. Dalam konteks akuntansi, *self control* erat kaitannya dengan *personal budgeting*, di mana individu dituntut untuk mengevaluasi kapasitas keuangan, memperhitungkan utang yang masih berjalan, dan memproyeksikan kondisi kas di masa mendatang sebelum mengambil keputusan transaksi kredit. Tabel berikut menyajikan secara rinci jawaban responden terkait variabel *self control*:

**Tabel 1. Tabulasi Jawaban Variabel *Self Control***

Deskripsi	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
X1.1	96	1	5	4.43	0.91
X1.2	96	1	5	4.29	1.09
X1.3	96	1	5	4.13	1.14
X1.4	96	1	5	4.18	1.09
X1.5	96	1	5	4.19	0.93

Deskripsi	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
X1.6	96	1	5	4.22	0.92
X1.7	96	1	5	4.09	1.10
X1.8	96	1	5	4.19	1.06
X1.9	96	1	5	3.57	1.50
X1.10	96	1	5	3.83	1.22

Sumber: Hasil Kuesioner yang diolah dengan SmartPLS, (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, tingkat *self control* mahasiswa akuntansi dalam penggunaan Shopee *Paylater* tergolong dalam kategori tinggi, dengan seluruh indikator menunjukkan nilai rata-rata di atas 3,5. indikator tertinggi adalah X1.1 (mean = 4,43), mencerminkan kebiasaan responden dalam menghitung kemampuan membayar tagihan sebelum memutuskan untuk menggunakan Shopee *Paylater*. Sementara itu, indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah X1.9 (mean = 3.57) dan X1.10 (mean = 3.83), mengindikasikan bahwa kemampuan individu dalam menahan diri dari godaan belanja impulsif masih jadi tantangan meskipun perencanaan keuangan secara kognitif telah dinilai cukup memadai.

### **Self Reward**

*Self reward* adalah tindakan memberikan penghargaan kepada diri sendiri sebagai bentuk apresiasi atas keberhasilan yang telah dicapai, baik berupa materi maupun non-materi. Dalam perspektif akuntansi, *self reward* berkaitan dengan bagaimana mahasiswa mengalokasikan sumber keuangan untuk kepentingan penghargaan diri secara terencana dan proporsional. Mahasiswa akuntansi yang memahami konsep alokasi anggaran dan skala prioritas pengeluaran, cenderung mampu menetapkan batas yang jelas antara kebutuhan dan keinginan. Tabel berikut menyajikan secara rinci jawaban responden terkait variabel *self reward*:

**Tabel 2. Tabulasi Jawaban Variabel Self Reward**

Deskripsi	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
X2.1	96	1	5	4.17	1.18
X2.2	96	1	5	3.79	1.45
X2.3	96	1	5	3.87	1.46
X2.4	96	1	5	3.36	1.58
X2.5	96	1	5	3.96	1.34
X2.6	96	1	5	4.05	0.97
X2.7	96	1	5	3.76	1.47
X2.8	96	1	5	3.76	1.54

Sumber: Hasil Kuesioner yang diolah dengan SmartPLS, (2026)

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat *self reward* responden berada pada kategori sedang hingga tinggi dengan nilai rata-rata berkisar antara 3.36 hingga 4.17. indikator tertinggi adalah X2.1 (mean = 4,17), mencerminkan kesadaran responden terhadap pentingnya penghargaan diri sebagai upaya menjaga motivasi dalam diri. Adapun indikator terendah adalah X2.4 (mean = 3.36),

mengindikasikan bahwa meskipun kesadaran responden terhadap *self reward* terbilang cukup tinggi, perencanaan anggaran secara khusus untuk merealisasikannya masih belum terstruktur dengan baik.

### Perilaku Penggunaan Shopee *Paylater*

Perilaku penggunaan Shopee *Paylater* mengacu pada tindakan nyata individu dalam memanfaatkan layanan kredit digital untuk memperoleh barang terlebih dahulu dan menyelesaikan pembayaran di kemudian hari. Apabila ditinjau dari perspektif akuntansi, perilaku ini mencerminkan proses pengambilan keputusan atas kewajiban jangka pendek, di mana setiap transaksi yang dilakukan melalui layanan *paylater* pada dasarnya merupakan pencatatan utang, yang perlu diperhitungkan secara dasarnya merupakan pencatatan utang yang perlu diperhitungkan secara cermat dalam perencanaan arus kas pribadi. Tabel berikut menyajikan secara lebih rinci gambaran jawaban responden terkait variabel perilaku penggunaan Shopee *Paylater*:

**Tabel 3. Tabulasi Jawaban Variabel Perilaku Penggunaan Shopee *Paylater***

Deskripsi	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Y1	96	1	5	3.92	1.21
Y2	96	1	5	3.59	1.25
Y3	96	1	5	4.20	0.98
Y4	96	1	5	3.62	1.48
Y5	96	1	5	3.84	1.19
Y6	96	1	5	4.30	1.00
Y7	96	1	5	3.90	1.12
Y8	96	1	5	3.64	1.41
Y9	96	1	5	3.68	1.51

Sumber: Hasil Kuesioner yang diolah dengan SmartPLS, (2026)

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa perilaku penggunaan Shopee *Paylater* berada pada kategori sedang hingga tinggi, dengan rata-rata berkisar antara 3.59 hingga 4.30. indikator tertinggi adalah Y6 (mean = 4.30) dan Y3 (mean = 4.20), mencerminkan intensitas penggunaan yang cukup aktif. Indikator terendah adalah Y2 (mean = 3.59) dan Y4 (mean = 3.62), menunjukkan bahwa Shopee *Paylater* belum sepenuhnya menjadi metode pembayaran utama bagi seluruh responden. Secara keseluruhan, pola penggunaan bersifat moderat, cukup aktif tapi belum menunjukkan ketergantungan berlebihan.

### Hasil *Outer Model*

Pada analisis PLS-SEM, *outer model* menunjukkan hubungan antara variabel laten dan indikator pengukurnya (Ghozali & Kusumadewi, 2023). Evaluasi *outer model* digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel. Adapun pengujian yang dilakukan meliputi:

**Tabel 4. Nilai *Outer Loading***

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	<i>Cross Loading</i>
<i>Self Control (X1)</i>	X1.1	0,750	0,750
	X1.2	0,723	0,723
	X1.3	0,839	0,839
	X1.4	0,743	0,743
	X1.5	0,768	0,768
	X1.6	0,716	0,716
	X1.7	0,721	0,721
	X1.8	0,724	0,724
	X1.9	0,708	0,708
	X1.10	0,703	0,703
<i>Self Reward (X2)</i>	X2.1	0,822	0,822
	X2.2	0,811	0,811
	X2.3	0,837	0,837
	X2.4	0,806	0,806
	X2.5	0,816	0,816
	X2.6	0,762	0,762
	X2.7	0,814	0,814
	X2.8	0,825	0,825
Perilaku Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> (Y)	Y1	0,720	0,720
	Y2	0,787	0,787
	Y3	0,725	0,725
	Y4	0,866	0,866
	Y5	0,711	0,711
	Y6	0,779	0,779
	Y7	0,719	0,719
	Y8	0,807	0,807
	Y9	0,872	0,872

Sumber: Hasil Kuesioner yang diolah dengan SmartPLS, (2026)

Pengujian *convergent validity* pada penelitian ini mengacu pada nilai *outer loading* setiap indikator, dimana nilai lebih dari 0,7 sebagai batas minimum yang harus dipenuhi. Hasil pengujian memperlihatkan bahwa seluruh indikator pada ketiga variabel, yaitu *self control*, *self reward*, dan perilaku penggunaan Shopee *Paylater* telah memenuhi batas tersebut, sehingga keseluruhan indikator dinyatakan valid dan dapat diikutsertakan dalam tahapan analisis berikutnya. Sementara itu, validitas diskriminan diuji melalui nilai *cross loading*, yang hasilnya menunjukkan bahwa setiap indikator pada masing-masing variabel memperoleh nilai *cross loading* melebihi 0,7. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang memadai dan dapat diandalkan.

**Tabel 5. *Avarange Variance Extracted, Composite Reliability dan Cronbach's Alpha***

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho a)</i>	<i>Composite reliability (rho c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
<i>Self Control (X1)</i>	0,909	0,911	0,924	0,548
<i>Self Reward (X2)</i>	0,927	0,952	0,939	0,659
Perilaku Penggunaan	0,923	0,987	0,932	0,606

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
<b>Shopee Paylater (Y)</b>			

Sumber: Hasil Kuesioner yang diolah dengan SmartPLS, (2026)

Reliabilitas instrumen diuji melalui nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*. Seluruh variabel laten memperoleh nilai  $> 0,70$  yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas. Hasil ini mengindikasikan bahwa kuesioner memiliki tingkat konsistensi internal yang baik sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian secara andal.

### Hasil Inner Model

Model struktural dievaluasi menggunakan *R-square* untuk menguji sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Selain itu, hubungan antarvariabel dianalisis melalui path koefisien yang signifikansinya dinilai berdasarkan nilai t-statistic pada setiap *path* (Sihombing et al., 2024).

**Tabel 6. Hasil Uji R-Square**

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Perilaku Penggunaan Shopee Paylater (Y)	0,214	0,197

Sumber: Hasil Kuesioner yang diolah dengan SmartPLS, (2026)

Berdasarkan pada tabel 6, nilai *R-Square* untuk konstruk perilaku penggunaan Shopee Paylater diperoleh sebesar 0,214. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel perilaku penggunaan Shopee Paylater dapat dijelaskan oleh variabel *self control* dan *self reward* sebesar 21,4%, sedangkan sisanya sebesar 78,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk pada cakupan penelitian ini.

**Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis**

Variabel	Original Sampel (0)	Sampel Mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistic (IO/STDEV)	P Value
<i>Self Control</i> -> Perilaku Penggunaan Shopee Paylater	-0,305	-0,327	0,060	5,100	0,000
<i>Self Reward</i> -> Perilaku Penggunaan Shopee Paylater	-0,295	-0,308	0,065	4,568	0,000

Sumber: Hasil Kuesioner yang diolah dengan SmartPLS, (2026)

Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar  $5,100 > 1,96$ , dengan nilai p sebesar  $0,000 < 0,05$  untuk pengaruh *self control* kepada perilaku penggunaan shopee paylater, pada koefisien jalur sebesar -0,305. Temuan ini menunjukkan bahwa *self control* memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan Shopee Paylater, sehingga hipotesis 1 dinyatakan diterima.

Selanjutnya, hasil pengujian untuk variabel *self reward* terhadap perilaku penggunaan shopee *paylater* memperoleh nilai t-statistik sebesar  $4,568 > 1,96$  dengan nilai-p sebesar  $0,000 < 0,05$ , pada koefisien jalur sebesar  $-0,295$ . Temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku penggunaan shopee *paylater* dipengaruhi secara negatif dan signifikan oleh *self reward*, sehingga hipotesis 2 dinyatakan diterima.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh *Self Control* Terhadap Perilaku Penggunaan Shopee *Paylater*

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *self control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan shopee *paylater*, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Mahasiswa yang memiliki pengendalian diri kuat cenderung lebih selektif dan terencana dalam memanfaatkan layanan tersebut, yakni dengan mengevaluasi kemampuan pembayaran, memperhitungkan kewajiban yang masih berjalan, dan membatasi diri dari transaksi yang tidak sejalan dengan rencana keuangan. Pada kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) temuan ini mencerminkan komponen persepsi kontrol perilaku, di mana mahasiswa yang merasa mampu mengendalikan keputusan keuangannya tidak mudah tergoda oleh kemudahan cicilan yang ditawarkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Elliyana et al., 2025) dan (Rismaya et al., 2025), yang menyimpulkan bahwa individu dengan tingkat *self control* tinggi mampu menunda kepuasan sesaat dan cenderung lebih rasional dalam mempertimbangkan risiko sebelum menggunakan *paylater*.

### Pengaruh *Self Reward* Terhadap Perilaku Penggunaan Shopee *Paylater*

Penelitian ini mengungkapkan bahwa *self reward* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan shopee *paylater* (signifikansi  $0,000 < 0,05$ ). Artinya, semakin baik kemampuan individu dalam mengelola penghargaan diri secara terencana dan terkontrol, maka kecenderungan untuk menggunakan *paylater* justru semakin menurun. Pada kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), *self reward* merepresentasikan komponen *attitude toward behavior*. Temuan negatif ini dapat dipahami melalui kualitas sikap yang terbentuk, mahasiswa akuntansi yang mempunyai pemahaman yang baik terhadap pengelolaan keuangan cenderung membentuk sikap bahwa *self reward* yang bertanggung jawab seharusnya tidak diwujudkan melalui fasilitas kredit digital melainkan melalui alokasi dana yang telah direncanakan sebelumnya. Sikap positif terhadap *self reward* justru mendorong perilaku terbentuknya perilaku yang berlawanan dengan penggunaan *paylater* karena individu menilai penggunaan kredit sebagai sarana penghargaan diri merupakan tindakan yang kurang bijak secara finansial. Hasil penelitian ini selaras dengan Komala et al., (2024) bahwa *self reward* yang terkontrol berdampak negatif terhadap ketergantungan pada kredit digital. Rahayu et al. (2025) dan Vhalery, (2021) turut memperkuat pandangan tersebut dengan menegaskan bahwa *self reward* yang dikelola secara bijak dapat meningkatkan motivasi finansial dan mendorong perilaku pengelolaan keuangan yang lebih sehat, sehingga penguatan kemampuan perencanaan anggaran untuk apresiasi diri

menjadi penting dalam menjaga kesehatan finansial mahasiswa.

## SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *self control* dan *self reward* secara parsial memberikan kontribusi terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa. Mahasiswa dengan kontrol diri tinggi terbukti lebih hati-hati dan rasional dalam menggunakan layanan tersebut, tercermin dari kemampuan mereka menghitung kapasitas pembayaran dan menahan penggunaan *paylater* ketika kondisi keuangan tidak mendukung. Demikian pula, mahasiswa yang mampu mengelola *self reward* secara terencana dan disesuaikan dengan kemampuan finansial cenderung tidak menjadikan Shopee *Paylater* sebagai sarana pemenuhan keinginan konsumtif. Secara keseluruhan, kedua variabel bekerja searah sebagai faktor penghambat penggunaan Shopee *Paylater* yang berlebihan, sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa *perceived behavioral control* dan *attitude toward behavior* menentukan perilaku aktual individu. Temuan ini mengimplikasikan bahwa mendorong perilaku penggunaan *paylater* yang lebih bijak di kalangan mahasiswa memerlukan penguatan *self control* sekaligus pemahaman bahwa *self reward* yang sehat harus direncanakan secara matang, bukan dipenuhi melalui fasilitas kredit digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- 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](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
- Elliyana, E., Ismayanti, D., & Toalib, R. (2025). The role of hedonistic conformity, social pressure, and loan self-control on payLater usage behavior among university students. *World Journal of Economics, Business and Management*, 2(11), 1–6. <https://wasrpublication.com/index.php/wjebm>
- Fitri, T. D., & Adji, W. H. (2024). Pengaruh shopeepaylater terhadap daya beli dan perilaku konsumtif mahasiswa di politeknik piksi ganesha bandung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3601–3614. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1137>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Smart PLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Harjanti, D., Nur, P. A., Noerchoidah, & Sahetapy, W. L. (2025). Pengaruh Financial Management Behavior, Lifestyle, dan Self-Control Terhadap Impulsive Buying Pengguna Buy Now Pay Later. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 31(1), 90–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.36456/majeko.vol31.no1.a10212>
- Komala, M., Sihabudin, & Fauji, R. (2024). Pengaruh sikap keuangan, kontrol diri dan self reward terhadap pengelolaan keuangan pada generasi z di kecamatan telukjambe barat. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5279–5295. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2519>
- Laila, E. S. N., & Handayani, A. (2025). Pengaruh financial literacy, consumptive behavior, dan self-

- control terhadap penggunaan shopee paylater pada generasi z. *Jurnal Economic Resources*, 9(1), 427–437. <https://doi.org/https://doi.org/10.57178/jer.v9i1.2070>
- Meilina, K. (2025). *OJK Catat Pay Later Tembus Rp21,89 T per Mei, Generasi Muda Paling Banyak Pinjam*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/digital/fintech/686ce4029195f/ojk-catat-pay-later-tembus-rp21-89-t-per-mei-generasi-muda-paling-banyak-pinjam>
- Nugrahanti, Y. W., Rita, M. R., Restuti, M. D., & Hadiluwarsa, M. A. (2024). The usage of paylater among college students: the role of self-control, hedonistic conformity, and family financial education. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 366–386. <https://doi.org/10.18196/mb.v15i2.23456>
- Putri, I. M., Mahardika, M. A., & Mukhroji. (2025). Pengaruh Budaya Self-Reward dan Paparan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Gen Z di Era Digital. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4), 450–458. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v2i4.5900>
- Putri, N. M. E., & Andarini, S. (2022). Pengaruh self control dan financial attitude terhadap financial management behavior pengguna layanan buy now pay later (studi pengguna shopee paylater di kota surabaya). *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen (JEAM)*, 21(1), 60–74.
- Rahayu, A., Jurana, J., Mattulada, A., & Masdar, R. (2025). The influence of self-reward and peer support on personal financial management of generation z with financial literacy as an intervening variable. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 717–732. <https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jam>
- Rismaya, Ullum, M., & Mardiyani. (2025). The role of financial literacy and self-control: risky credit behavior in using paylater. *Manajemen Dan Bisnis (MABIS)*, 24(2), 296–311. <https://doi.org/10.24123/mabis.v24i2.913>
- Sari, F., & Pramiana, O. (2025). The influence of financial literacy on paylater usage with self-control as moderating variable among gen-z in jombang regency. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON DIGITAL EDUCATION AND SOCIAL (ICDESS)*, 3(1), 150–156. <https://doi.org/https://doi.org/10.55506/icdess.v3i1.168>
- Setiawati, W. T., Nuringwahyu, S., & Deka, R. E. (2024). Pengaruh gaya hidup dan fasilitas pay later terhadap perilaku konsumtif (studi pengguna shopee paylater di fakultas ilmu administrasi UNISMA angkatan 2020). *JIAGABI*, 13(2), 50–60.
- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., Nugraheni, R., Wijaya, L., & Muhammad, I. (2024). *Aplikasi Smart PLS 4.0 Untuk Statistik Pemula* (I. Marzuki (ed.)). Minhaj Pustaka.
- Vhalery, R. (2021). Self-reward and self-punishment for pocket money management and fintech application usage. *Duconomics Sci-Meet*, 1–7. <https://doi.org/10.37010/duconomics.v1>
- Wardani, D. K., & Indra. (2024). External Locus Of Control dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Shopee PayLater “Beli Sekarang Bayar Nanti.” *Jurnal Kajian Ekonomi & Ekonomi Bisnis*, 5(6), 3109–3126. <https://doi.org/1047467/elmal.v5i6.2130>
- Zuliyansah, Yuspira, P., & Pane, S. G. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, 2(1), 31–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.2115>