
Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Academia Open

Vol. 11 No. 1 (2026): June
DOI: 10.21070/acopen.11.2026.14441

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article.....	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Academia Open

Vol. 11 No. 1 (2026): June
DOI: 10.21070/acopen.11.2026.14441

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Academia Open

Vol. 11 No. 1 (2026): June
DOI: 10.21070/acopen.11.2026.14441

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Impulsive Buying Marks Risky Credit Behaviour Among Generation Z: Pembelian Impulsif Menandai Perilaku Kredit Berisiko Generasi Z

Dhara Puspadhani, dharapuspadhani.2023@student.uny.ac.id (*)

Program Magister Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

Naning Margasari, naning_m@uny.ac.id

Program Magister Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background: Digital financial services have expanded access to paylater, online loans, credit cards, and banking credit, creating new challenges for responsible financial decision-making among young users. **Specific Background:** Generation Z is highly familiar with digital platforms, online shopping, and technology-based credit facilities, yet this convenience may increase vulnerability to risky borrowing and delayed payment practices. **Knowledge Gap:** Previous findings on financial literacy, financial self-efficacy, impulsive buying, and self-control in explaining risky credit behaviour remain inconsistent, particularly in the context of digital credit use. **Aims:** This study examines financial literacy, financial self-efficacy, and impulsive buying in relation to risky credit behaviour, with self-control tested as a moderating variable. **Results:** Using a quantitative causal associative design, data were collected from 170 Generation Z credit users through purposive sampling and analyzed with SEM-PLS. The findings show that impulsive buying has a positive and significant association with risky credit behaviour, while financial literacy and financial self-efficacy do not directly determine risky credit behaviour. Self-control weakens the relationship between financial literacy and risky credit behaviour but does not moderate the relationships involving financial self-efficacy or impulsive buying. **Novelty:** This study integrates cognitive, psychological, and consumptive dimensions to explain risky credit behaviour in digital credit settings. **Implications:** Financial education for Generation Z should emphasize digital credit risk awareness, self-control, consumption management, and realistic debt evaluation.

Highlights

- Spontaneous purchasing shows a positive significant association with problematic borrowing and repayment.
- Financial knowledge and confidence alone do not determine prudent debt decisions.
- Self-regulation weakens the financial literacy pathway but not confidence or spontaneous purchasing pathways.

Keywords

Risky Credit Behaviour; Impulsive Buying; Self Control; Financial Literacy; Financial Self Efficacy

Published date: 2026-05-29

PENDAHULUAN

Teknologi informasi sangat berkembang pesat di era digital ini. Generasi muda perlu memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memadai dalam mengelola keuangan. Peran teknologi informasi ini membantu generasi muda dalam mengembangkan opportunity didalam dunia digital maupun untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perubahan besar dalam perilaku konsumsi masyarakat Indonesia, terkhusus generasi muda telah disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi ini berkembang dan maju, sehingga individu mampu mengelola dan mengalokasikan sumber keuangan dan kekayaan yang ada.

Teknologi informasi membawa transformasi besar kepada berbagai aspek kehidupan termasuk didalam bidang keuangan. Inovasi layanan keuangan berbasis digital seperti dompet digital, pinjaman daring (Fintech lending), paylater, kartu kredit dan kredit perbankan yang menawarkan berbagai kemudahan transaksi kepada masyarakat. Di satu sisi, perkembangan membawa dampak positif yaitu inklusi keuangan yang semakin luas. Namun di sisi lain, kemudahan akses terhadap produk dan layanan keuangan juga membuka peluang bagi meningkatnya perilaku konsumtif dan pengelolaan kredit yang kurang bijak, di setiap generasi salah satunya generasi Z.

Generasi Z, merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga tahun 2010 [1]. Badan Pusat Statistik menekankan bahwa generasi Z menjadi salah satu kelompok demografis terbesar sesuai dengan jumlah penduduk generasi Z di tahun 2024 yaitu 71,5 juta jiwa. Generasi Z ini tumbuh pada era digital, memiliki literasi teknologi tinggi dan akrab dengan platform e-commerce, media sosial, serta layanan keuangan digital. Adanya gaya hidup praktis dan konsumtif yang di dorong oleh tren digitalisasi turut mempengaruhi cara mereka dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk dalam hal penggunaan kredit.

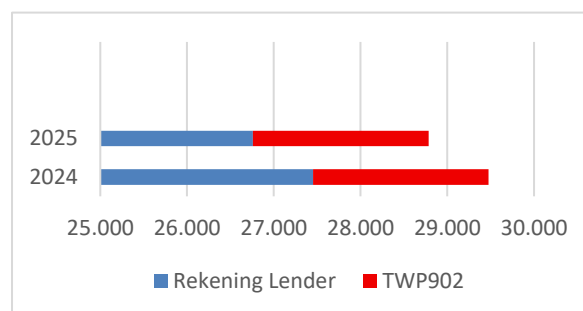
Risky credit behaviour adalah penggunaan kredit yang berpotensi mengganggu stabilitas keuangan di masa depan (Xiaou et al., 2021). Liu Zhang (2021) membagi perilaku ini menjadi risky borrowing dan risky paying behaviour [2]. Risky paying behaviour berkaitan dengan keterlambatan pembayaran yang menimbulkan denda, sedangkan risky borrowing behaviour mengacu pada penggunaan kredit yang meningkatkan risiko gagal bayar. Perilaku ini ditandai oleh penumpukan utang berbunga tinggi, seperti penggunaan kartu kredit berlebihan, menunda pembayaran, membayar sebagian tagihan, dan berbelanja hingga batas kredit tercapai.

Salah satu penyebab umum dan risiko kredit adalah pinjaman yang terlalu besar dan nilai jaminan yang rendah. Semakin besar pinjaman, semakin besar eksposur kredit, dan semakin rendah jaminan, semakin tinggi risiko. Risky Credit Behavior merujuk pada kebiasaan atau pola perilaku seseorang dalam mengelola dan menggunakan fasilitas kredit yang dapat menambah beban utang atau berisiko bagi keuangan individu. Menurut Lusardi & Mitchell (2011), perilaku kredit berisiko berkaitan dengan kebiasaan individu dalam mengelola utang dan keuangan pribadi mereka [3]. Risky credit behavior dapat mencakup perilaku penggunaan kredit yang tidak bijak, tidak bertanggung jawab, atau berlebihan. Perilaku ini dapat berpotensi merusak kesejahteraan finansial di masa depan. Terutama bagi rentang usia 17-28 tahun, mengelola pinjaman kredit merupakan suatu tantangan (Xiao et al., 2011). Menurut Syakilla (2021), generasi Z sering mengaitkan mencil dengan pengeluaran yang lebih rendah, meskipun sebenarnya hal ini tidak selalu benar jika mempertimbangkan beban bunga yang harus dilunasi [4]. Jadi, pemikiran semacam ini mengakibatkan generasi Z lebih rentan terhadap risky credit behaviour.

Berdasarkan laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), diperinci berdasarkan rentang usia peminjam, kredit macet dalam pinjaman daring didominasi oleh kelompok usia 19-34 tahun, yang terdiri dari generasi Z. Menurut Siaran Pers Otoritas Jasa Keuangan Daerah Istimewa Yogyakarta Maret 2025, jumlah rekening lender pinjaman daring tahun 2024 sebesar 27.453 dengan kredit macet 2,60% dan tahun 2025 jumlah rekening lender pinjaman daring sebesar 26.760 dengan kredit macet 2,00%. Data tersebut menunjukkan adanya perbaikan kualitas pembiayaan meskipun kelompok usia muda mendominasi risiko kredit bermasalah.

Gambar 1 Jumlah Rekening Lender & Kredit Macet (TWP902)

Daerah Istimewa Yogyakarta 2024-2025



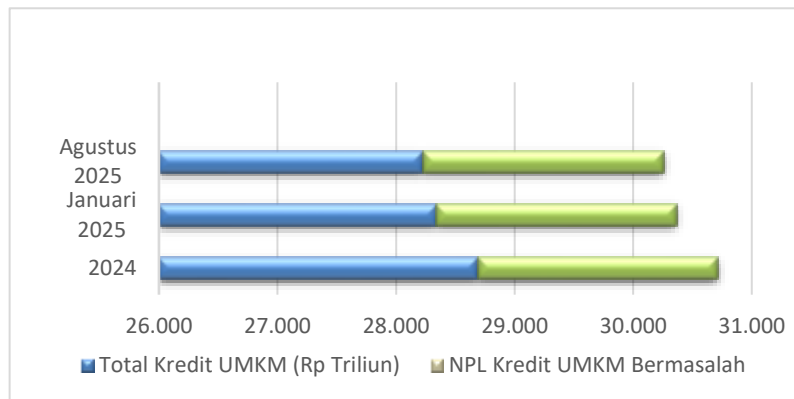
Sumber: Siaran Pers KOJK DIY Maret 2025.

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat adanya perbandingan jumlah Rekening Lender dan TWP90 pada tahun 2024 dan 2025 di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pinjaman dengan keterlambatan pembayaran diatas 90 hari berada pada angkut yang relative tinggi. Sementara itu, pada tahun 2025 terjadi penurunan pada kedua indikator

tersebut, dimana jumlah Rekening Lender turun dan TWP90 juga ikut menurun. Meskipun mengalami penurunan, total nilai TWP90 di kedua periode tetap tinggi dibandingkan jumlah Rekening Lender pada total nilai pada kedua periode. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa risiko kredit masih berada pada level yang signifikan, meskipun terdapat kecenderungan perbaikan dibandingkan tahun sebelumnya.

Menurut Siaran Pers OJK Daerah Istimewa Yogyakarta Maret 2025, untuk kredit UMKM tahun 2024 mencapai Rp28,69 triliun dengan tingkat Non-Performing Loan (NPL) 5,88%. Selanjutnya, pada Januari 2025 nilai kredit UMKM tercatat sebesar Rp 28,34 triliun dengan Non-Performing Loan meningkat menjadi 6,34%. Sementara itu, pada bulan Agustus 2025 jumlah kredit UMKM sedikit enurun menjadi Rp28,23 triliun dengan Non-Performing Loan 4,34%. Data tersebut menunjukkan adanya tren fluktuatif baik pada jumlah penyaluran kredit maupun tingkat kredit bermasalah selama periode pengamatan.

Gambar 2 Total Kredit UMKM & Non-Performing Loan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

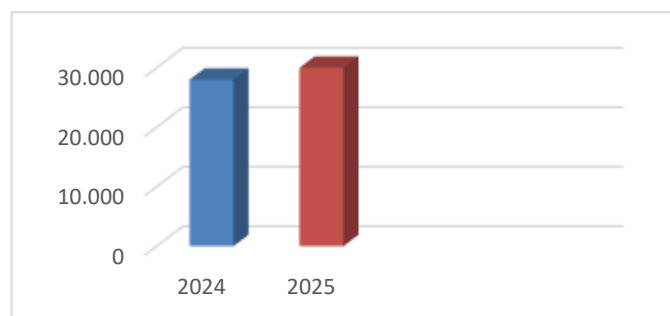


Sumber: OJK tahun 2025

Pemerintah dan bank BPD Daerah Isimewa Yogyakarta sangat gencar memberikan modal pinjaman ke UMKM, terutama melalui program KUR (Kredit Usaha Rakyat). Jumlah uang yang disalurkan mencapai triliunan rupiah di tahun 2024 dan 2025. Namun, banyak UMKM mulai kesulitan bayar cicilan utang. Di buktikan dengan angka kredit macet (NPL) naik di atas batas normal pada 2024. Terjadi karena bantuan keringanan utang (restrukturisasi) yang sudah dihentikan, meski adanya modal banyak tetapi kesehatan finansial UMKM masih riskan (Jogjaprov, 2025).

Sedangkan, penggunaan kartu kredit menurut data Bank Indonesia tahun 2024 mencapai 28.000 dan tahun 2025 bulan September 30.000 pengguna.

Gambar 3 Pengguna Kartu Kredit 2024 & 2025



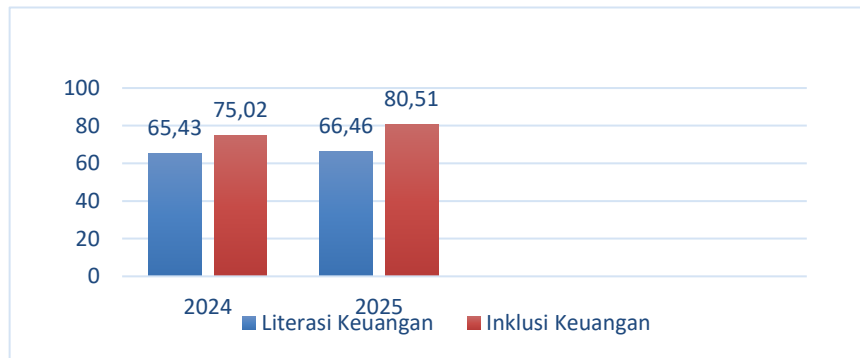
Sumber: Data Bank Indonesia 2025

Berdasarkan gambar diatas, adanya tren positif pada penggunaan kartu kredit di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan kenaikan dari 28.000 pengguna di 2024 menjadi 30.000 pengguna di tahun 2025 atau peningkatan sekitar 7,14%. Kenaikan ini mengindikasikan bahwa masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta semakin terbiasa menggunakan pembayaran kartu kredit. Sehingga, akses keuangan makin terbuka dan pengelolaan risiko tetap penting dalam keuangan masyarakat.

Menurut Rehman & Mia (2024) Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami pengetahuan keuangan dasar dan kompleks, menginterpretasikan informasi finansial yang relevan, mengevaluasi risiko serta peluang, dan membuat keputusan keuangan yang tepat dan bertanggung jawab dalam berbagai situasi kehidupan modern. Sedangkan, menurut Otoritas Jasa Keuangan (2024), literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi pengambilan Keputusan serta pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Otoritas Jasa Keuangan mengumumkan hasil survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024 indeks literasi keuangan nasional 65,43%. dan indeks inklusi keuangan nasional pada 2024 75,02%. Sedangkan di tahun 2025 indeks literasi keuangan nasional tercatat 66,46% dan indeks inklusi keuangan 80,51%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa program pemerintah dan lembaga keuangan dalam memperluas akses serta edukasi keuangan telah memberikan hasil yang nyata bagi

masyarakat. Berikut grafik perbandingannya:

Gambar 4 Perbandingan Indeks Literasi Keuangan & Inklusi Keuangan 2024 & 2025



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2025)

Grafik tersebut menunjukkan perubahan tingkat literasi dan inklusi keuangan masyarakat pada tahun 2024 dan 2025. Secara keseluruhan, grafik ini menegaskan adanya perkembangan positif, tetapi juga menyoroti literasi keuangan agar dapat mengimbangi pesatnya pertumbuhan inklusi keuangan. Otoritas Jasa Keuangan juga berfokus pada kelompok yang kurang terinformasi tentang keuangan dengan berupaya meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang keuangan melalui berbagai program dan kegiatan pendidikan, seperti Gerakan Nasional Cerdas Keuangan (GENCARKAN).

Selanjutnya, self-efficacy merupakan keyakinan seseorang dalam mengatur prosedur yang diperlukan untuk tugas tertentu [5]. Self-efficacy memiliki indikator yaitu, magnitude (keyakinan individu dalam memecahkan suatu kesulitan) dan kekuatan (kepercayaan diri seseorang dalam mencapai kinerja tertentu) [5]. Sedangkan financial self efficacy memiliki kemampuan mencapai tujuan finansial yang dikenal sebagai kemandirian finansial, yang dipengaruhi oleh sejumlah variabel, termasuk kepribadian, keterampilan keuangan, dan aspek sosial [6]. Sementara, Arofah (2019) menekankan bahwa financial self efficacy adalah kepercayaan diri atau keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengelola keuangan pribadi mereka sendiri.

Financial self-efficacy adalah keyakinan individu dalam mengelola keuangan, seperti mengatur pengeluaran, menabung, dan menggunakan kredit secara bijak (Avivah, 2023). Rendahnya financial self efficacy dapat mendorong perilaku kredit berisiko, seperti penggunaan PayLater atau pinjaman daring tanpa pertimbangan matang. Karena itu, penguatan financial self-efficacy penting untuk mencegah generasi Z terjebak dalam utang dan konsumsi berlebihan.

Impulsive buying menurut Rook (1997) adalah aktivitas membeli yang dilakukan secara spontan dan mendadak tanpa adanya perencanaan sebelumnya. Tindakan ini umumnya didorong oleh emosi yang sulit dikontrol, bukan berdasarkan pertimbangan logis atau kebutuhan yang sebenarnya. Ahmed et.al., (2024) perilaku pembelian impulsif memiliki ciri-ciri yang tidak direncanakan dan tidak sengaja terjadi pada saat yang sama. Dalam konteks belanja online impulsive buying semakin relevan karena kemudahan akses, fitur promosi, dan pengalaman belanja yang dirancang menyentuh aspek emosional dan sensorik [7]. Wahyuni & Astuti (2022) mengemukakan bahwa media sosial, promosi online, serta akses layanan paylater membuat generasi Z lebih rentan terhadap impulsive buying.

Self-control memiliki peran penting sebagai variabel moderasi dalam mengatur hubungan antara literasi keuangan, financial self efficacy, impulsive buying terhadap risky credit behaviour. Dalam konteks ini, self control mengacu pada kemampuan individu dalam mengatur emosi, pikiran, dan perilakunya terutama dalam menghadapi dorongan yang menggagalkan tujuan pada jangka panjang. Menurut Duckworth et al., (2016) self control diartikan sebagai kemampuan untuk mengendalikan emosi dan perilaku untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam jangka panjang. Menurut Idris (2021) kontrol diri juga diartikan sebagai kemampuan dan kepekaan seseorang dalam menghadapi kehidupannya melihat situasi maupun lingkungan. Kemampuan ini juga mencakup kemampuan untuk mengontrol dan mengelola tindakan yang dilakukan [8]. Sedangkan, menurut Putri et al., (2022) pengendalian diri diperlukan saat orang melakukan suatu tindakan, yang memiliki kemampuan untuk membuat pilihan dalam hidup mereka sendiri [9].

Penelitian yang relevan menurut Putri & Listiana (2022) literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan fintech payment (PayLater) pada Shopee. Temuan tersebut menegaskan bahwa pemahaman keuangan tidak hanya penting dalam proses pengambilan keputusan finansial, tetapi juga berperan dalam menentukan kecenderungan individu dalam menggunakan layanan kredit digital. Selanjutnya, penelitian Tanuwijaya dan Garvin (2019) menemukan bahwa financial self-efficacy memiliki hubungan yang signifikan dengan sikap terhadap utang, serta dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin dan pendapatan [10]. Temuan ini menguatkan bahwa financial self-efficacy merupakan faktor penting dalam perilaku pengelolaan utang, dan relevan sebagai acuan dalam penelitian yang mengkaji perilaku kredit berisiko maupun perilaku keuangan lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Delfira & Inge (2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara impulsive buying dan perilaku berhutang pada pengguna pinjaman daring. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kecenderungan seseorang melakukan pembelian secara impulsif, semakin besar kemungkinan mereka untuk terlibat dalam aktivitas berhutang melalui platform pinjaman daring. Menurut Yeterina dkk. (2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya pengendalian diri (self-control) mendorong mahasiswa untuk lebih mudah menggunakan

Paylater, sedangkan kecenderungan mengikuti gaya hidup hedonis dan tekanan lingkungan sosial juga berkontribusi terhadap meningkatnya penggunaan layanan kredit digital tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Syakila (2024) literasi keuangan dan financial self-efficacy berpengaruh signifikan terhadap perilaku kredit berisiko [4]. Penelitian ini menegaskan bahwa risky credit behaviour pada mahasiswa bukan dipengaruhi oleh akses layanan PayLater, tetapi ditentukan oleh kemampuan memahami finansial dan keyakinan mengelola keputusan keuangan.

Berbeda dengan Heriyantho, D. V., & Leon, F. M. (2022) literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku kredit berisiko, temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam mencegah perilaku seperti penggunaan kredit secara berlebihan, pengambilan pinjaman tanpa perhitungan, atau risiko gagal bayar [11]. Menurut Firman et al., (2023) Financial self-efficacy berpengaruh negatif signifikan terhadap risky credit behaviour [12]. Financial self-efficacy berperan penting dalam menekan perilaku kredit berisiko semakin tinggi keyakinan seseorang dalam mengelola keuangan, semakin rendah kecenderungannya melakukan penggunaan paylater yang impulsif atau terlambat membayar. Constansje et al., (2023) menekankan bahwa interaksi self control dengan impulsive buying tidak signifikan terhadap perilaku kredit berisiko pada generasi Z.

Fenomena yang semakin menonjol di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah meningkatnya perilaku kredit berisiko, khususnya di kalangan generasi Z. Kemudahan akses layanan kredit digital seperti , seperti “Buy Now Pay Later” (PayLater) judi online dan pinjaman daring Sejumlah kasus di Kulon Progo menurut (suarajogja.id) salah satunya seorang pelajar SMP di Kokap yang kecanduan judi online hingga mengambil pinjaman online dan nekat mengambil NIK bibinya hingga terlilit utang sekitar Rp4 juta. Ia sampai tidak masuk sekolah dikarenakan malu. Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga Kulon Progo memberikan pendampingan psikologis serta edukasi keluarga mengenai risiko hutang dan kecanduan digital. Kasus tersebut menjadi salah satu contoh perilaku kredit berisiko yang melibatkan remaja di Yogyakarta, bukan hanya dewasa atau mahasiswa dan menunjukkan bagaimana kredit digital dan judi online bisa memperparah masalah keuangan generasi Z.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa perilaku kredit berisiko semakin meningkat di kalangan generasi Z. Kemudahan akses terhadap layanan kredit digital, seperti Buy Now Pay Later (PayLater) pinjaman daring, judi online dan tingginya tingkat gagal bayar pada kelompok usia 19-34 tahun yang mencakup Generasi Z bahkan menyumbang sekitar 40–45% dari total NPL pinjaman daring, menunjukkan makin meluasnya perilaku kredit berisiko tersebut. dan mendorong generasi Z dalam pengambilan Keputusan keuangan tanpa pertimbangan yang matang. Selain itu, generasi Z sangat memahami teknologi, tingkat literasi keuangan mereka masih rendah, khususnya terkait risiko bunga majemuk, denda keterlambatan, serta konsekuensi gagal bayar pada pinjaman berbunga tinggi.

Research gap dalam penelitian ini adalah adanya ketidaksesuaian antara meningkatnya tingkat literasi keuangan di Daerah Istimewa Yogyakarta seiring berkembang pesatnya layanan keuangan digital dan tingginya perilaku kredit berisiko pada generasi Z. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa literasi keuangan dan financial self efficacy berperan penting dalam menurunkan risiko dalam pengambilan Keputusan keuangan. Namun, dalam praktiknya literasi keuangan dan financial self efficacy tidak selalu diikuti oleh perilaku kredit yang bijak terutama dalam penggunaan kredit digital seperti Buy Now Pay Later dan pinjaman daring.

Selain itu, temuan penelitian sebelumnya mengenai peran financial self efficacy, impulsive buying, dan self control terhadap perilaku keuangan menunjukkan inkonsistensi. Sebagian penelitian menunjukkan self control mampu menekan perilaku berisiko, sementara penelitian lain perannya tidak signifikan ketika individu dihadapkan oleh dorongan impulsive buying dan kemudahan akses kredit digital. Kebaharuan (novelty) penelitian ini terletak pada pengujian hubungan literasi keuangan, financial self-efficacy, dan impulsive buying terhadap risky credit behaviour dengan self-control sebagai variabel moderasi pada generasi Z di era kredit digital. Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dengan mengintegrasikan aspek kognitif, psikologis, dan perilaku konsumtif dalam menjelaskan risky credit behaviour. Secara empiris, penelitian ini menunjukkan peran self-control pada perilaku kredit berisiko generasi Z serta dapat menjadi dasar pengembangan edukasi dan kebijakan literasi keuangan digital.

Metode

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis kausal asosiatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2023) adalah metode penelitian yang dilandasi pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel tertentu yang dilakukan secara random dengan menggunakan instrumen penelitian kemudian data dianalisis secara statistik [13].

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari responden masyarakat generasi Z pengguna fasilitas kredit, seperti kartu kredit, pinjaman daring, kredit perbankan dan paylater. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Juni hingga Agustus 2025.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi Z Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut (Asmoro et al., 2022) generasi Z lahir pada tahun 1997-2012, selisih usia mereka berkisar 18 hingga 29 tahun [1].

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan, sehingga pemilihan desain sampel yang tepat akan mendukung hasil penelitian yang akurat [14].

Kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi:

- a. Generasi Z berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta berusia 18–29 tahun.
- b. Berdomisili di wilayah DIY (Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulon Progo, dan Gunungkidul).
- c. Memiliki penghasilan serta pernah melakukan kredit dalam bentuk apa pun sesuai ketentuan usia.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Data yang digunakan data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner menjadi metode pengumpulan data. Dalam penelitian ini, peneliti melebihi jumlah total sampel yang digunakan yaitu 170 responden penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta generasi Z usia 18-29 tahun.

D. Variabel Penelitian

Tabel 1 Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
<i>Risky Credit Behaviour</i> (Y) (Liu & Zhang, 2021) [2].	<i>Risky Paying Behaviour</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sering tidak tepat waktu dalam membayar tagihan bulanan. 2. Sering terlambat membayar tagihan Paylater atau kredit 3. Sering merasa kesulitan mengatur keuangan saat waktu pembayaran tagihan tiba. 4. Jarang memikirkan dampak dari keterlambatan membayar seperti denda. 5. Menyadari bahwa perilaku kredit berisiko termasuk telat bayar.
	<i>Risky Borrowing Credit</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sering menggunakan kredit untuk membeli barang yang bukan kebutuhan utama. 2. Lebih memilih mengajukan pinjaman daripada menunda pengeluaran 3. Cenderung bergantung pada pinjaman atau hutang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari 4. Menggunakan kredit tanpa mempertimbangkan kemampuan 5. Pertimbangan harga saat menggunakan kredit
Literasi keuangan (X1) Chen and Volpe (1998) [15].	Pengetahuan umum tentang keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan pribadi 2. Pemahaman tentang bunga 3. Perencanaan keuangan pribadi
	Pengetahuan tabungan dan pinjaman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsekuensi pendataan pinjaman 2. Pemahaman tentang Tabungan 3. Penggunaan kartu kredit
	Pengetahuan asuransi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan akan asuransi 2. Alasan menggunakan asuransi
	Pengetahuan investasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian investasi Reksa Dana 2. Strategi investasi untuk instrumen berisiko tinggi
<i>Financial Self-efficacy</i> (X2) (Noor et al., 2020) [16].	<i>Good Magnitude</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percaya diri dalam mengelola keuangan pribadi. 2. Berbelanja sesuai dengan kebutuhan. 3. Melakukan transaksi keuangan seperti investasi.
	<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat membuat rencana pengeluaran untuk jangka waktu ke depan 2. Saya menetapkan tujuan keuangan demi kesejahteraan di masa depan 3. Saya dapat mengembakan strategi keuangan untuk mencapai tujuan 4. Saya mampu menghindari keputusan keuangan yang merugikan, bahkan dalam kondisi mendesak.
	<i>Generality</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menyetorkan uang tunai di bank dengan percaya diri 2. Saya yakin dapat memilih produk keuangan yang tepat sesuai dengan kebutuhan saya. 3. Saya yakin bisa mengelola utang atau cicilan dengan baik di berbagai kondisi.
<i>Impulsive buying</i> (X3) Beatty & Ferrell (1998)	<i>Browsing Behaviour</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mudah tergoda menggunakan fitur kredit setelah melihat promosi produk saat browsing di e-commerce atau media sosial. 2. Merasa senang melihat-lihat beragam produk secara online hanya untuk mengetahui tren atau barang baru,

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
		bukan karena kebutuhan mendesak 3. Saya sering menghabiskan waktu untuk melihat-lihat produk di e-commerce dan akhirnya membeli dengan cara mencicil meski tidak direncanakan.
	<i>Hedonic Shopping</i>	1. Saya merasa senang saat bisa membeli barang menggunakan kredit, walaupun bukan kebutuhan mendesak 2. Saya sering membeli sesuatu karena tertarik, bukan karena butuh. 3. Saya menggunakan produk kredit di perbankan karena keinginan gaya hidup (misalnya pembelian gadget terbaru)
	<i>Time Availability</i>	1. Semakin banyak waktu luang yang saya miliki, semakin besar kemungkinan saya membeli barang dengan cicilan atau kartu kredit 2. Keterbatasan waktu, saya sering mengambil keputusan kredit secara terburu-buru tanpa mempertimbangkan risikonya.
	<i>Urge to Buy Impulsively</i>	1. Saya sering menggunakan kredit bank atau paylater untuk memenuhi keinginan 2. Saat melihat diskon atau promosi, saya merasa terdorong untuk langsung membeli.
<i>Self control (Z) Averill (1973)</i>	<i>Cognitive</i>	1. Memikirkan dengan matang sebelum mengambil keputusan keuangan. 2. Saya bisa mengendalikan pikiran negatif agar tidak mempengaruhi suasana hati saya. 3. Menenangkan pikiran terlebih dahulu saat muncul keinginan untuk membeli barang secara kredit. 4. Mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang sebelum menggunakan layanan kredit
	<i>Decisional</i>	1. Menghindari membuat keputusan keuangan saat berada dalam kondisi emosi 2. Mampu menunda kesenangan sesaat demi hasil yang lebih baik di masa depan. 3. Merasa yakin bahwa keputusan untuk tidak membeli barang secara kredit
	<i>Behavioral</i>	1. Mampu berkata "tidak" ketika ditawarkan sesuatu yang bertentangan dengan prinsip saya. 2. Menghindari kebiasaan belanja impulsif meskipun tergoda oleh diskon. 3. Tidak mudah tergoda untuk melakukan transaksi kredit dalam bentuk apa pun, termasuk pinjol, kartu kredit, <i>Paylater</i> , maupun kredit perbankan.

E. Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer ini dapat dihasilkan dari pembagaian angket atau kuesioner dengan menggunakan google form pada sampel yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun secara tertutup menggunakan skala likert untuk mengukur presepsi responden.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis data yang digunakan dalam bagian ini adalah analisis deskriptif. Menurut Sugiono (2022), statistik deskriptif adalah metode untuk mendiskripsikan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Data yang terkumpul selanjutnya ditabulasikan secara deskriptif.

2. Analisis Kuantitatif Menggunakan Smart PLS

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan perangkat lunak, yaitu SmartPLS. SmartPLS digunakan untuk menguji model struktural (Structural Equation Modeling/SEM) dan hubungan antar variabel laten. Dengan model pengukuran bersifat reflektif karena indikator-indikator yang digunakan merupakan manifestasi atau cerminan dari variabel laten.

a. Analisis Outer Model

Tahap pengujian outer model merupakan tahap pengujian model pengukuran yang bertujuan untuk membuktikan validitas & mengestimasi reliabilitas indikator dan konstruk [17].

b. Analisis Model Struktural (Inner Model)

Model struktural atau inner model adalah bagian dari analisis PLS-SEM yang berfungsi untuk merepresentasikan hubungan kausal antar variabel laten. Menurut Ghozali dan Laten (2023), inner model menggambarkan hubungan suatu hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk yang dibangun berdasarkan substansi teori.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis menguji keandalan dan signifikansi pengaruh antar variabel dalam model penelitian, dengan cara mengestimasi ulang data agar hasil yang diperoleh lebih stabil dan tidak bergantung pada satu sampel saja. Dalam pengujian ini, nilai T-statistik dan P-value menjadi tujuan utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Risky Credit Behaviour

Hasil statistik uji hipotesis pertama variabel literasi keuangan terhadap risky credit behaviour diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,124 dengan nilai t-statistic 3,267 ($>1,96$) dan P-value 0,000 ($<0,05$). Pengaruh positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu dalam melakukan perilaku kredit berisiko. Meskipun secara umum literasi keuangan diharapkan menurunkan perilaku berisiko, pada hasil ini justru menunjukkan arah hubungan yang positif. Karena nilai koefisien menunjukkan pengaruh dan hasil positif hipotesis tidak didukung (ditolak) karena arah hubungan tidak sesuai dengan yang hipotesis yang dirumuskan.

Jika dilihat dari prespektif teori Stimulus–Organism–Response (SOR) yang menyatakan bahwa perilaku erilaku individu terbentuk melalui proses rangsangan (stimulus) yang diproses dalam diri individu (organism) hingga menghasilkan respons. Dalam penelitian ini, literasi keuangan memengaruhi pemahaman individu tentang kredit dan risiko pinjaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap risky credit behaviour karena meningkatnya pengetahuan juga meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil Keputusan finansial. Proses internal tersebut mendorong individu untuk lebih berani memanfaatkan fasilitas kredit, termasuk dalam situasi yang berisiko. Dengan demikian, dalam kerangka S–O–R, stimulus berupa literasi keuangan diproses dalam organisme sehingga menghasilkan respons berupa kecenderungan perilaku kredit berisiko yang lebih tinggi.

Dalam konteks penelitian ini, individu yang dimaksud adalah Generasi Z sebagai responden penelitian, yaitu kelompok usia muda yang berada pada fase awal kemandirian finansial, aktif menggunakan teknologi digital, serta memiliki akses yang mudah terhadap berbagai layanan keuangan seperti PayLater, kartu kredit, dan pinjaman daring. Namun, dalam konteks ini, rasa mampu tersebut dapat berkembang menjadi keberanian yang lebih tinggi dalam mengambil keputusan kredit. Akibatnya, respons yang muncul berupa risky credit behaviour, seperti penggunaan kredit tanpa pertimbangan jangka panjang yang matang. Dengan demikian, individu dalam penelitian ini berperan sebagai organisme yang secara aktif memproses stimulus literasi keuangan melalui aspek kognitif dan psikologisnya, sehingga menghasilkan respons perilaku kredit berisiko yang lebih tinggi.

Penjelasan diatas sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lokawati dkk. (2024), yang menemukan bahwa literasi keuangan memengaruhi risky credit behaviour dengan arah positif signifikan, menunjukkan bahwa tingkat pemahaman finansial seseorang berperan penting dalam membentuk perilaku keuangannya. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian saya yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kredit berisiko. Selain itu, penelitian tersebut mengindikasi bahwa literasi keuangan dapat meningkatkan rasa percaya diri (financial confidence) individu dalam menggunakan fasilitas kredit. Dengan demikian, literasi keuangan berfungsi tidak hanya sebagai alat pengendalian risiko, tetapi juga sebagai faktor pendorong dalam pengambilan keputusan kredit.

Namun, temuan penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa literasi keuangan mampu menurunkan risky credit behaviour karena individu yang memiliki pengetahuan finansial lebih baik cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan kredit. Perbedaan hasil tersebut dapat dipengaruhi oleh karakteristik Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta yang hidup pada lingkungan digital dengan akses kredit yang sangat mudah, cepat, dan praktis. Dalam kondisi ini, pengetahuan keuangan tidak selalu diikuti perilaku finansial yang rasional karena keputusan penggunaan kredit juga dipengaruhi faktor gaya hidup, tekanan sosial, dan budaya konsumtif digital.

Pembahasan hasil penelitian terkait pengaruh Literasi Keuangan terhadap Risky Credit Behaviour memberikan gambaran bahwa pengetahuan keuangan yang dimiliki Generasi Z di Yogyakarta belum sepenuhnya diimplementasikan dalam pengambilan keputusan yang bijak walaupun hasil penelitian memberikan hasil yang positif. Meskipun memahami produk keuangan, bunga, risiko kredit, dan pengelolaan utang, hal tersebut tidak selalu mendorong perilaku keuangan yang bijak. Tanpa regulasi diri dan kebiasaan finansial yang baik, pengetahuan keuangan saja belum cukup membentuk perilaku keuangan sehat, terutama pada generasi muda yang rentan terhadap impulsivitas dan konsumerisme.

Temuan ini cukup menarik karena secara teoritis literasi keuangan diasumsikan mampu menekan perilaku keuangan yang

berisiko. Namun dalam konteks penelitian ini generasi z pada literasi keuangan justru berkorelasi dengan peningkatan risky credit behaviour. Temuan ini menunjukkan bahwa adanya literasi keuangan tidak cukup untuk menekan perilaku kredit berisiko, karena factor psikologis yaitu kepercayaan diri dan presepsi self control juga turut berperan dalam membentuk keputusan financial individu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan generasi Z lebih meningkatkan kemampuan mengakses kredit digital daripada mengontrol penggunaannya secara bijak. Oleh karena itu, edukasi keuangan perlu menekankan disiplin finansial, pengambilan Keputusan, pengelolaan utang, dan kesadaran risiko kredit digital.

B. Pengaruh Financial Self Efficacy terhadap Risky Credit Behaviour

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan financial self-efficacy berpengaruh positif signifikan terhadap risky credit behaviour dengan koefisien jalur 0,478, t-statistic 5,757, dan P-value 0,000 ($<0,05$). Artinya, semakin tinggi keyakinan individu dalam mengelola keuangan, semakin tinggi kecenderungan melakukan perilaku kredit berisiko sehingga hipotesis kedua ditolak.

Dalam penelitian ini, financial self-efficacy memengaruhi keyakinan individu dalam mengelola utang dan risiko kredit. Namun, keyakinan yang tinggi dapat menimbulkan overconfidence sehingga mendorong penggunaan fasilitas kredit berisiko.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Mawitjere et al., 2025) financial self-efficacy memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap risky credit behaviour meskipun secara hipotesis dugaan negatif [18]. Individu dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam mengelola keuangan cenderung merasa mampu mengontrol keputusan finansialnya, namun keyakinan berlebihan ini dapat mendorong perilaku kredit yang lebih berisiko. Dengan demikian, bahwa financial self-efficacy memiliki peran dalam perilaku keuangan. Di satu sisi, financial self-efficacy mendukung pengelolaan keuangan tanpa diimbangi evaluasi risiko yang matang.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Firman et al. (2023) yang menemukan bahwa financial self-efficacy berpengaruh negatif terhadap risky credit behaviour. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa financial self-efficacy dapat menghasilkan dampak yang berbeda tergantung pada konteks sosial dan karakteristik responden. Pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta, tingginya keyakinan finansial justru berpotensi mendorong rasa terlalu percaya diri dalam menggunakan layanan kredit digital karena mereka merasa mampu mengelola pembayaran dan risiko utang secara mandiri.

Pembahasan hasil penelitian terkait pengaruh Financial Self Efficacy terhadap Risky Credit Behaviour menunjukkan bahwa financial self-efficacy hipotesis awal menduga pengaruh negatif, hasil empiris justru menunjukkan arah positif. Dalam kerangka S-O-R, hal ini dapat dijelaskan bahwa stimulus berupa keyakinan diri tidak selalu menghasilkan respons yang lebih hati-hati, tetapi dapat mendorong individu untuk lebih berani mengambil keputusan kredit. Dengan demikian, hipotesis kedua dinyatakan tidak didukung (ditolak) karena arah hubungan tidak sesuai dengan dugaan awal. Generasi Z merasa yakin bahwa mereka mampu mengelola keuangan dan mengendalikan penggunaan kredit, tetapi keyakinan tersebut justru dapat mendorong mereka untuk mengambil keputusan yang lebih berani terkait penggunaan fasilitas kredit.

Temuan ini mencerminkan bahwa budaya digital, akses mudah terhadap layanan kredit seperti paylater dan pinjaman daring, serta gaya hidup konsumtif sangat mempengaruhi perilaku finansial Generasi Z di Yogyakarta. Mereka merasa mampu mengatur pembayaran kredit karena percaya pada kemampuan finansial dirinya, namun seringkali tidak memperhitungkan risiko atau ketidakpastian di masa mendatang. Dengan kata lain, hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri finansial yang tinggi tidak menjadi pelindung terhadap perilaku kredit berisiko, justru menjadi pemicu ketika tidak diimbangi oleh kontrol diri dan kesadaran risiko yang memadai. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian generasi Z di Yogyakarta rentan terhadap tekanan kredit akibat kemudahan penggunaan kredit digital.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa financial self-efficacy tidak selalu mendorong perilaku keuangan yang sehat, karena keyakinan diri yang tinggi tanpa pertimbangan risiko dapat memicu overconfidence dan penggunaan kredit secara berlebihan. Oleh karena itu, penting adanya keseimbangan antara rasa percaya diri finansial dengan kemampuan mempertimbangkan risiko dan konsekuensi jangka panjang dari penggunaan kredit digital. Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan bahwa edukasi keuangan bagi Generasi Z perlu menekankan pentingnya evaluasi risiko, kemampuan membatasi penggunaan kredit, serta kesadaran terhadap potensi overconfidence dalam pengambilan keputusan finansial digital.

C. Pengaruh Impulsive Buying terhadap Risky Credit Behaviour

Hasil statistik uji hipotesis ketiga nilai koefisien jalur sebesar 0,170 dengan nilai t-statistic 2,358 ($>1,96$) dan P-value 0,015 ($<0,05$). Temuan ini menandakan bahwa impulsive buying berpengaruh positif dan signifikan terhadap risky credit behaviour. Artinya, semakin kuat kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian secara impulsif, semakin tinggi pula kemungkinan individu tersebut menggunakan fasilitas kredit secara berlebihan atau tidak terkontrol. Dengan demikian, hipotesis ketiga dinyatakan didukung (diterima).

Dalam konteks penelitian ini, impulsive buying berperan sebagai stimulus (S) yang berasal dari dorongan emosional, keinginan spontan, serta pengaruh situasional seperti promo atau kemudahan transaksi digital. Stimulus tersebut kemudian diproses dalam aspek organism (O), yaitu melalui kondisi psikologis individu seperti lemahnya kontrol diri, dorongan afektif, dan pertimbangan rasional yang minim. Ketika individu lebih didominasi oleh emosi dibandingkan pertimbangan logis,

proses internal ini cenderung menghasilkan keputusan yang cepat tanpa evaluasi risiko yang mendalam.

Respons (R) yang muncul dari proses tersebut adalah risky credit behaviour, yaitu penggunaan fasilitas kredit secara berlebihan atau tidak terkontrol. Dengan demikian, hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan (koefisien 0,170; P-value < 0,05) dapat dijelaskan bahwa semakin kuat stimulus berupa kecenderungan pembelian impulsif, semakin besar kemungkinan individu menghasilkan respons berupa perilaku kredit berisiko. Dalam kerangka S-O-R, perilaku kredit berisiko bukan muncul secara langsung, tetapi merupakan hasil dari proses internal yang dipicu oleh dorongan impulsif yang kuat dalam diri individu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya bahwa temuan [1] berpengaruh signifikan terhadap risky credit behaviour. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa setiap individu dengan adanya kecenderungan pembelian impulsif yang tinggi cenderung lebih sering menggunakan fasilitas kredit tanpa perencanaan. Dengan demikian, impulsive buying menjadi mekanisme perilaku yang meningkatkan risiko penggunaan kredit.

Perilaku ini mendorong generasi Z menggunakan fasilitas seperti paylater, pinjaman online, dan kartu kredit untuk memenuhi keinginan konsumtif secara cepat. Akibatnya, individu cenderung mengabaikan risiko dan kemampuan bayar sehingga memicu perilaku kredit berisiko.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses kredit digital memperkuat pengaruh impulsive buying terhadap risky credit behaviour. Fitur seperti promo instan, diskon, cashback, dan pembayaran cicilan yang mudah membuat Generasi Z lebih terdorong melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa risky credit behaviour pada Generasi Z dipengaruhi oleh faktor ekonomi, emosional, dan lingkungan digital yang mendorong perilaku konsumtif. Generasi Z di Yogyakarta rentan terhadap tekanan konsumsi akibat media social, digital marketing, serta kemudahan akses kredit seperti paylater, kartu kredit, dan pinjaman online. Oleh karena itu, literasi keuangan perlu disertai penguatan control diri, pengelolaan impuls, dan pemahaman risiko kredit digital agar perilaku kredit berisiko dapat diminimalkan.

Implikasi praktis dari hasil ini adalah perlunya pengawasan penggunaan kredit digital pada kalangan muda melalui edukasi pengelolaan konsumsi, pembatasan penggunaan paylater, serta peningkatan kesadaran mengenai dampak jangka panjang utang konsumtif terhadap kondisi finansial masa depan.

D. Self Control Memperlemah Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Risky Credit Behaviour

Hasil statistik uji hipotesis keempat nilai koefisien jalur sebesar -0,166 (negatif), dengan nilai t-statistic 3,904 (>1,960) dan P-values 0,000 (<0,05). Temuan ini menandakan bahwa interaksi antara self control dan literasi keuangan berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap risky credit behaviour. Dengan kata lain, self control berperan sebagai variabel moderasi yang memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku kredit berisiko.

Berdasarkan kerangka teori SOR, Literasi keuangan sebagai stimulus tidak langsung menghasilkan perilaku kredit berisiko. Informasi dan pengetahuan tersebut terlebih dahulu diproses dalam diri individu (organism), yaitu melalui tingkat self control. Self control yang tinggi membuat individu lebih rasional dalam menggunakan kredit sehingga risky credit behaviour menurun. Sebaliknya, self control yang rendah membuat individu tetap rentan berperilaku kredit berisiko meskipun memiliki literasi keuangan yang baik. Dengan demikian, dalam kerangka S-O-R, self control berfungsi sebagai mekanisme regulasi internal (organism) yang menentukan kuat atau lemahnya pengaruh stimulus terhadap respons. Temuan koefisien negatif menunjukkan bahwa semakin kuat proses pengendalian diri, semakin kecil kemungkinan stimulus literasi keuangan menghasilkan perilaku kredit yang berisiko.

Berdasarkan hasil statistik yang telah dipaparkan, variabel self-control dapat diklasifikasikan sebagai Moderasi Murni (Pure Moderation). Kesimpulan ini didasarkan pada nilai P-value sebesar 0,000 dan t-statistic sebesar 3,904 yang menunjukkan bahwa interaksi antara self-control dan literasi keuangan berpengaruh sangat signifikan terhadap perilaku kredit berisiko. Dalam konsep analisis moderasi, suatu variabel disebut moderator murni apabila perannya terbatas pada efek interaksi, yaitu memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, tanpa harus memiliki pengaruh langsung sebagai variabel independen dalam model yang sama.

Hasil penelitian ini mengkonfirmasi dari hasil penelitian sebelumnya Alshebami et al., (2022) sejalan dengan penelitian saya dengan menekankan self control yang kuat memberikan dampak baik kepada individu yaitu mampu mengatur keuangan. Dalam penelitian sebelumnya, menegaskan bahwa individu dengan tingkat self control yang tinggi cenderung lebih mampu membatasi dorongan emosional ataupun impulsif ketika berhadapan dengan keputusan konsumsi maupun penggunaan kredit. Self control menjadi pengendali internal yang membantu individu menahan keinginan sesaat, mempertimbangkan dampak jangka Panjang, dan mengelola keuangan secara rasional.

Pada generasi Z di Yogyakarta, self control berperan penting dalam menjaga penggunaan kredit tetap aman karena individu dengan control diri tinggi lebih mampu menahan konsumsi dan mempertimbangkan risiko sebelum berutang sehingga pengaruh literasi keuangan tidak terlalu dominan. Mereka dapat menjaga perilaku kredit tetap terkendali meskipun pengetahuan keuangannya tidak terlalu tinggi. Sebaliknya, bagi generasi Z yang memiliki self control rendah, literasi keuangan menjadi faktor yang jauh lebih penting untuk mencegah terjadinya perilaku kredit berisiko. Tanpa pengendalian diri yang kuat, pengetahuan keuangan saja sering tidak cukup untuk menghindarkan mereka dari penggunaan kredit yang impulsif atau berlebihan.

Temuan ini menunjukkan bahwa pada Generasi Z di Yogyakarta, self control lebih berperan dalam menekan risky credit behaviour di Tengah kemudahan akses kredit digital. Karena itu, edukasi keuangan tidak hanya berfokus pada pengetahuan, tetapi juga pada penguatan control diri seperti pengendalian impuls, penundaan kepuasan, dan disiplin finansial. Dengan memperkuat self control, generasi Z dapat menggunakan pengetahuan keuangannya secara lebih efektif dan mampu menghindari perilaku kredit yang berlebihan, meskipun berada dalam budaya konsumtif dan arus promosi digital yang sangat agresif. Temuan ini juga menegaskan pentingnya program edukasi yang menggabungkan aspek kognitif dan perilaku agar generasi Z di Yogyakarta dapat membangun kebiasaan finansial yang lebih sehat dan berkelanjutan. Secara praktis, hasil ini menunjukkan bahwa pengendalian kredit digital pada Generasi Z perlu dilakukan melalui pelatihan self control, pengelolaan konsumsi, dan pembentukan disiplin finansial agar penggunaan layanan kredit digital menjadi lebih bijak dan terkontrol.

E. Self Control Tidak Memoderasi Pengaruh Financial Self Efficacy Terhadap Risk Credit Behaviour

Hasil statistik uji hipotesis kelima nilai koefisien jalur sebesar $-0,025$ dengan nilai t -statistic $0,320$ ($<1,960$) dan P -values $0,749$ ($>0,05$). Hasil menunjukkan interaksi self control dan financial self-efficacy tidak signifikan terhadap risky credit behavior. Dengan demikian, self control tidak memoderasi (tidak memperkuat atau memperlemah) hubungan keduanya jadi hipotesis kelima tidak didukung.

Dalam kerangka teori S–O–R (Stimulus–Organism–Response), financial self-efficacy berperan sebagai stimulus yang diharapkan memengaruhi perilaku kredit berisiko (response) melalui mekanisme internal individu, yaitu self-control sebagai organism. Namun, hasil penelitian menunjukkan self control tidak signifikan, sehingga tidak memoderasi hubungan financial self efficacy dan risky credit behaviour. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku kredit berisiko lebih dipengaruhi factor lain d luar self control.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa self-control tidak berperan signifikan sebagai variabel moderasi, sehingga organism dalam konteks ini tidak memainkan peran yang diharapkan. Berdasarkan jenis moderasi, self-control termasuk dalam moderasi murni (pure moderation) karena diuji hanya sebagai moderator tanpa efek langsung signifikan terhadap risky credit behavior.

Hasil ini didukung oleh nilai outer loading pada indikator-indikator menunjukan nilai item indikator diatas $0,70$ yang menunjukkan bahwa setiap indikator berkontribusi kuat dalam membentuk konstruk. Hal ini menggambarkan bahwa bagi Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta dalam keyakinan diri mengelola keuangan (financial self-efficacy) terukur secara baik dan valid dalam memengaruhi perilaku kredit berisiko, tanpa dipengaruhi oleh tingkat pengendalian diri mereka. Artinya, baik individu dengan self control tinggi maupun rendah, jika mereka memiliki kepercayaan berlebih terhadap kemampuan finansialnya, mereka tetap berpotensi mengambil keputusan kredit yang berisiko.

Hasil ini menunjukkan bahwa financial self-efficacy memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan self control dalam membentuk risky credit behaviour. Kepercayaan diri finansial yang tinggi dapat membuat individu merasa mampu mengelola utang dan risiko kredit sehingga pengendalian diri tidak lagi menjadi faktor penahan yang efektif. Temuan ini sekaligus memperlihatkan bahwa pada Generasi Z, rasa percaya diri finansial dapat berkembang menjadi overconfidence yang sulit dikendalikan hanya melalui self control.

Temuan ini menunjukkan bahwa pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta, financial self efficacy tidak selalu menghasilkan Keputusan kredit yang bijak karena dapat memicu optimisme berlebihan dalam penggunaan kredit digital. Karena self control tidak berperan sebagai moderator, edukasi keuangan perlu menekankan evaluasi risiko, kesadaran batas finansial, dan kehati-hatian, bukan hanya meningkatkan kepercayaan diri finansial. Dengan demikian, program edukasi bagi Generasi Z di Yogyakarta harus mendorong keseimbangan antara keyakinan finansial dan perilaku kredit yang realistis agar mereka dapat terhindar dari penggunaan kredit yang berlebihan di era digital saat ini.

F. Self Control Tidak Memoderasi Impulsive Buying Terhadap Risky Credit Behaviour

Hasil statistik uji hipotesis keenam nilai koefisien jalur sebesar $0,130$ dengan nilai t -statistic $1,790$ ($<1,960$) dan P -values sebesar $0,073$ ($>0,05$). Hasil menunjukkan interaksi self control dan impulsive buying tidak signifikan terhadap risky credit behaviour. Dengan demikian, self control tidak memoderasi (tidak memperkuat atau memperlemah) hubungan keduanya jadi hipotesis keenam tidak didukung.

Dalam kerangka teori S–O–R, impulsive buying berperan sebagai stimulus (S) yang memicu respon perilaku individu terhadap penggunaan kredit, sedangkan risky credit behavior merupakan response (R) yang muncul akibat stimulus tersebut. Self-control ditempatkan sebagai organism (O) yang seharusnya berfungsi sebagai mekanisme internal individu untuk mengatur atau menahan dorongan dari impulsive buying sebelum menimbulkan perilaku kredit berisiko. Secara teoritis, individu dengan self-control tinggi diharapkan mampu menahan dorongan impulsif, sehingga pengaruh impulsive buying terhadap risky credit behavior dapat dikurangi. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa self-control tidak signifikan dalam memoderasi hubungan ini, yang berarti organism dalam konteks ini tidak memainkan peran moderasi yang diharapkan. Dengan kata lain, meskipun self-control secara teoritis dianggap penting untuk mengatur perilaku impulsif dalam pengambilan keputusan finansial, dalam populasi dan kondisi penelitian ini kemampuan individu dalam mengendalikan diri tidak cukup untuk memengaruhi hubungan antara impulsive buying dan perilaku kredit berisiko. Berdasarkan jenis moderasi, self-control termasuk moderasi murni (pure moderation) karena diuji hanya sebagai moderator tanpa efek langsung signifikan terhadap risky credit behavior. Hasil ini mengindikasikan bahwa perilaku kredit berisiko lebih mungkin dipengaruhi oleh faktor lain selain self-control, seperti tekanan sosial, situasi ekonomi, atau tingkat literasi

keuangan, sehingga peran organism dalam teori S–O–R tidak terlihat signifikan dalam konteks moderasi.

Hasil sejalan dengan penelitian sebelumnya Constansje et.al., (2023) dan Chen & Lim (2022) menekankan bahwa interaksi self control dengan impulsive buying tidak signifikan terhadap perilaku kredit berisiko pada generasi Z [15]. Artinya, meskipun self control dianggap sebagai kemampuan penting dalam mengatur keputusan finansial, kemampuan ini tidak cukup kuat untuk menahan dorongan impulsif dalam konteks konsumsi digital modern. Generasi Z hidup dalam lingkungan yang sarat dengan stimulus belanja cepat, kemudahan akses kredit, serta promosi yang sangat persuasif, sehingga dorongan impulsif menjadi faktor yang jauh lebih dominan dalam memengaruhi perilaku kredit mereka.

Meskipun demikian, hasil uji validitas dan konstruk (outer loading) pada indikator-indikator menunjukkan nilai item indikator diatas 0,70 yang berarti indikator tersebut baik dan valid secara konvergen membentuk konstruk. Dengan kata lain instrumen yang digunakan untuk mengukur impulsive buying dapat diandalkan namun konstruk tersebut belum dapat menunjukkan pengaruh antara impulsive buying dan tetap terjadi secara langsung tanpa dipengaruhi oleh tingkat self control.

Temuan ini memperlihatkan bahwa dalam konteks Generasi Z di Yogyakarta, pengaruh lingkungan digital dan dorongan emosional konsumsi lebih kuat dibandingkan kemampuan self control individu. Kemudahan akses transaksi, promosi yang agresif, serta budaya konsumtif digital membuat self control tidak cukup efektif untuk membatasi perilaku impulsif ketika menggunakan fasilitas kredit. Hal ini menjelaskan mengapa risky credit behaviour tetap muncul meskipun sebagian responden memiliki tingkat pengendalian diri yang relatif baik.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan, khususnya penggunaan kredit digital. Adaptif terhadap teknologi, reponsif terhadap tren, dan aktif di platform belanja daring membuat mereka rentan terhadap impulsive buying yang dapat meningkatkan risky credit behaviour. Meskipun sebagian dari mereka memiliki tingkat self control yang relatif baik, hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri tersebut tidak cukup kuat untuk menahan dorongan impulsif saat berhadapan dengan kemudahan transaksi digital, diskon cepat, maupun promosi berbasis algoritma. Kondisi ini mencerminkan bahwa dinamika finansial Gen Z di Yogyakarta lebih dipengaruhi oleh faktor emosional dan situasional daripada regulasi diri semata, sehingga mereka tetap berpotensi menggunakan kredit secara berlebihan meskipun sadar akan risikonya. Temuan ini menjadi indikasi bahwa edukasi literasi keuangan dan penguatan regulasi diri yang lebih kontekstual sangat diperlukan untuk menjaga stabilitas perilaku keuangan generasi muda di wilayah ini.

SIMPULAN

1. Literasi Keuangan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap risky credit behavior. Artinya tinggi atau rendahnya tingkat literasi keuangan seseorang tidak menentukan kecenderungan individu tersebut dalam melakukan perilaku kredit yang berisiko. Dengan kata lain, pengetahuan keuangan yang dimiliki responden tidak secara langsung memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan atau mengelola kredit secara berisiko. Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan saja belum cukup untuk membentuk perilaku kredit yang bijak pada Generasi Z, karena perilaku finansial juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan gaya hidup digital yang konsumtif.
2. Financial Self Efficacy tidak berpengaruh terhadap risky credit behaviour. Artinya, tinggi atau rendahnya keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan tidak menentukan kecenderungan individu tersebut dalam melakukan perilaku kredit yang berisiko. Dengan kata lain, tingkat kepercayaan diri responden dalam mengelola keuangan tidak secara langsung memengaruhi perilaku mereka dalam menggunakan kredit secara berisiko. Hasil ini menegaskan bahwa rasa percaya diri finansial tanpa disertai pertimbangan risiko dan pengendalian perilaku belum mampu mencegah Generasi Z dari penggunaan kredit yang berlebihan.
3. Impulsive buying berpengaruh positif dan signifikan terhadap risky credit behaviour, artinya semakin tinggi pembelian impulsive, semakin besar kecenderungan penggunaan kredit berlebihan tanpa mempertimbangkan kemampuan bayar. Temuan ini menunjukkan bahwa dorongan emosional dan konsumtif menjadi factor utama risky credit behaviour pada Generasi Z di Tengah kemudahan akses kredit digital seperti paylater dan pinjaman online.
4. Self Control memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap Risky Credit Behaviour. Hasil temuan menunjukkan bahwa interaksi antara literasi keuangan dan self-control berdampak signifikan dengan arah negatif terhadap perilaku kredit berisiko. Dengan demikian, variabel self-control termasuk moderasi murni (pure moderation) karena perannya terbatas pada memperkuat atau memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap risky credit behavior melalui interaksi yang signifikan, tanpa memiliki efek langsung terhadap perilaku kredit berisiko. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan diri berperan penting sebagai mekanisme internal yang mengatur bagaimana literasi keuangan memengaruhi risiko perilaku kredit, sesuai dengan prinsip teori S–O–R.
5. Self Control tidak memoderasi pengaruh Financial Self Efficacy terhadap Risky Credit Behaviour. Hasil temuan menunjukkan bahwa interaksi antara financial self efficacy dan self control terhadap risky credit behaviour tidak signifikan. Self control sebagai pure moderation tidak signifikan, sehingga risky credit behaviour lebih dipengaruhi factor lain seperti impulsivitas, tekanan social, dan kondisi ekonomi. Temuan ini menunjukkan bahwa financial self efficacy Generasi Z tidak selalu diikuti pengendalian Keputusan kredit yang realistis dan hati-hati.
6. Self Control tidak memoderasi Impulsive Buying terhadap Risky Credit Behaviour. Hasil temuan menunjukkan bahwa

interaksi self control dan impulsive buying tidak signifikan terhadap risky credit behaviour. Dalam kerangka teori S–O–R, impulsive buying berperan sebagai stimulus yang memicu perilaku kredit berisiko, sedangkan self-control sebagai organism tidak berhasil mengatur atau menahan dorongan impulsif tersebut. Self control sebagai pure moderation tidak berpengaruh signifikan, sehingga risky credit behaviour lebih dipengaruhi factor lain seperti tekanan social, kondisi ekonomi, dan literasi keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku kredit Generasi Z juga dipengaruhi oleh factor psikologis dan konsumtif, sehingga edukasi keuangan perlu menekankan self control, kesadaran risiko kredit digital, dan pengelolaan konsumsi agar perilaku finansial lebih sehat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penyusunan artikel ini, khususnya kepada responden di Daerah Istimewa Yogyakarta serta pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam proses penelitian. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang literasi keuangan dan perilaku keuangan generasi muda.

References

- [1] P. S. Asmoro, E. K. Aini, and F. Nurlaily, "Tax policy and financial access: implications for entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior among Generation Z," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 24, no. 2, pp. 57–67, 2022.
- [2] L. Liu and H. Zhang, "Financial literacy, self-efficacy and risky credit behavior among college students: Evidence from online consumer credit," *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, vol. 32, 2021, doi: 10.1016/j.jbef.2021.100569.
- [3] A. Lusardi and O. S. Mitchell, "The outlook for financial literacy," National Bureau of Economic Research, Working Paper no. 17077, 2011.
- [4] M. Syakila, "Financial literacy and financial self efficacy on risky credit behaviour using Shopee Paylater among students at Faculty of Economics and Social Sciences at UIN Suska Riau," *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 2024.
- [5] A. Bandura, "Social cognitive theory of self-regulation," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no. 2, pp. 248–287, 1991.
- [6] A. Atikah and R. R. Kurniawan, "Pengaruh literasi keuangan, locus of control, dan financial self efficacy terhadap perilaku manajemen keuangan," *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 10, no. 2, 2021.
- [7] T. T. A. Ngo et al., "A comprehensive study on factors influencing online impulse buying behavior: Evidence from Shopee video platform," *Heliyon*, vol. 10, no. 15, 2024.
- [8] R. A. Arilia and W. Lestari, "Peran self control sebagai mediasi literasi keuangan dan kesejahteraan keuangan wanita karir," *Journal of Business and Banking*, vol. 12, no. 1, pp. 69, 2022, doi: 10.14414/jbb.v12i1.2984.
- [9] N. M. E. Putri and S. Andarini, "Pengaruh self control dan financial attitude terhadap financial management behavior pengguna layanan buy now pay later," *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, vol. 21, no. 1, pp. 60–74, 2022.
- [10] P. Tanuwijaya and G. Garvin, "Financial self-efficacy dan sikap terhadap utang pada dewasa awal," *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, vol. 8, no. 2, pp. 82–87, 2019.
- [11] D. V. Heriyantho and F. M. Leon, "Analisis literasi keuangan, efikasi diri, dan perilaku kredit berisiko pada mahasiswa di DKI Jakarta," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 6, no. 2, pp. 13202–13216, 2022.
- [12] Ramlawati, Firman, Suriyanti, and Sahabuddin, "Pengaruh literasi keuangan dan financial self-efficacy terhadap risky credit behaviour dalam penggunaan PayLater," *SEIKO: Journal of Management & Business*, vol. 6, no. 2, pp. 326–348, 2023.
- [13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2nd ed., 5th printing. Bandung, Indonesia: Alfabeta, 2023.
- [14] J. F. Hair Jr et al., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer Nature, 2021.
- [15] H. Chen and R. P. Volpe, "An analysis of personal financial literacy among college students," *Financial Services Review*, vol. 7, no. 2, pp. 107–128, 1998.
- [16] N. Noor, I. Batool, and H. M. Arshad, "Financial literacy, financial self-efficacy and financial account ownership behavior in Pakistan," *Cogent Economics & Finance*, vol. 8, no. 1, 2020, doi: 10.1080/23322039.2020.1806479.
- [17] I. Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif dengan SmartPLS 4.0*, 2nd ed., 1st printing, 2023.
- [18] P. S. Mawitjere, R. Bukide, and E. Keles, "Pengaruh financial literacy dan financial self-efficacy terhadap risky credit behavior Gen-Z: Studi pada pengguna PayLater," *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 249–263, 2025.