

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kerangka Teori

Penulis menggunakan beberapa teori yang relevan untuk mendukung penelitian yang berkaitan dengan judul skripsi penulis. Teori yang berkaitan dengan *Self-Control*, *Fear of Missing Out (FoMO)*, *Financial Behavior* dan *E-Commerce*. Teori diambil dari berbagai sumber penelitian terdahulu, yang relevan dengan teori yang digunakan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

2.1.1 *Theory Of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behavior (TPB) menyatakan bahwa niat seseorang untuk berperilaku tidak hanya dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku dan norma sosial, tetapi juga oleh persepsi tentang sejauh mana mereka bisa mengendalikan perilaku tersebut (*perceived behavioral control*) (Ajzen dalam Purwanto, 2022:15). Sedangkan menurut Shabrina dkk. (2022:16) *Theory of Planned Behavior* diasumsikan bahwa manusia bersifat rasional, dimana individu memproses informasi secara sistematis yang memungkinkan mereka untuk mempertimbangkan konsekuensi dari suatu perilaku sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukannya. TPB dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*, yang awalnya digunakan dalam studi perilaku konsumen. *Theory of Reasoned Action (TRA)* menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat, sikap, dan norma sosial. Sikap terhadap suatu tindakan memengaruhi perilaku melalui proses pengambilan keputusan yang rasional.

Menurut *Theory of Reasoned Action (TRA)*, ketika seseorang memiliki niat untuk berperilaku (*behavioral intention*), mereka akan melakukannya tanpa kesulitan. Namun, pada kenyataannya, banyak hal yang dapat memengaruhi perilaku seseorang. Ini termasuk waktu, kebiasaan yang tidak disadari, kemampuan, dan aturan organisasi atau lingkungan (Ajzen, 1991). Teori Perilaku Direncanakan (TPB) mengatakan bahwa seseorang tidak dapat berperilaku secara bebas tanpa batasan. Ada faktor-faktor yang mengendalikan perilaku, sehingga dalam TPB ditambahkan variabel *perceived*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

behavioral control, yaitu persepsi individu terhadap sejauh mana mereka mampu mengendalikan perilaku tersebut.

Menurut Purwanto (2022:16-17) untuk memahami lebih dalam tentang *Theory of Planned Behavior (TPB)*, penting untuk mengenali bagaimana norma subjektif, sikap, dan kontrol perilaku diukur. Ketiga faktor ini merupakan elemen utama dalam TPB yang berperan dalam membentuk niat seseorang untuk berperilaku sebagai berikut:

a. Sikap Pada Perilaku (*Attitude towards the behavior*)

Sikap terhadap suatu perilaku (*attitude towards the behavior*) dipengaruhi oleh keyakinan seseorang tentang konsekuensi dari perilaku tersebut, yang disebut *behavioral beliefs*. Keyakinan ini berkaitan dengan bagaimana seseorang menilai lingkungan di sekitarnya secara subjektif. Individu memahami dirinya dan lingkungannya dengan menghubungkan suatu perilaku dengan kemungkinan manfaat atau kerugian yang bisa terjadi jika mereka memilih untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tersebut.

b. Norma Subjektif (*Subjective norm*)

Norma subjektif adalah bagaimana seseorang memandang harapan dari orang-orang penting dalam hidupnya (*significant others*) terkait dengan apakah ia harus melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Persepsi ini bersifat pribadi dan dapat berbeda antara satu individu dengan yang lain.

c. Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived behavioral control*)

Persepsi kontrol perilaku adalah keyakinan seseorang tentang seberapa banyak sumber daya yang tersedia untuk mendukung atau menghambat suatu tindakan. Sumber daya ini bisa berupa peralatan, keterampilan, kesempatan, atau faktor lain yang mempengaruhi kemampuan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.1.2 *Self-Control*

Self-Control memiliki makna yakni mengontrol diri. *Self-Control* merupakan suatu kemampuan dan upaya untuk mengatur dan mengarahkan segala tindakan dalam diri sehingga menuju kepada stindakan yang positif. Dengan kata lain, *Self-Control* berarti bentuk pengendalian emosi dalam diri seseorang atau individu.

a. Definisi *Self-Control*

Self-Control merupakan kemampuan mengendalikan diri yang memiliki peran penting dalam proses penyesuaian diri. Jika kontrol diri kurang baik atau rendah biasanya akan kesulitan dalam mengendalikan dan mengatur perilakunya sehingga cenderung mengarah pada perilaku yang menyimpang (Marsela dan Supriatna 2019:66). Sedangkan menurut Ghufron & Risnawita (2010:21) *Self-Control* adalah kemampuan untuk merencanakan, mengendalikan, mengatur, dan mengarahkan perilakunya agar dapat membawa ke arah positif. Kontrol diri juga mencerminkan keterampilan individu dalam memahami dan membaca situasi diri dan lingkungannya. *Self-Control* merupakan kemampuan untuk berhati-hati dalam menggunakan uang yang dimiliki, dengan menunda keputusan pembelian serta mempertimbangkannya terlebih dahulu agar uang yang dimiliki digunakan dengan semestinya sehingga terhindar dari perilaku konsumtif (Sumiarni 2019:107). *Self-Control* didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menyesuaikan respons terhadap suatu situasi atau menyampaikan respons yang tepat yang memiliki arti bahwa dengan pengendalian diri, seseorang sdapat berkonsentrasi lebih baik dan dapat menahan godaan untuk menikmati sesuatu secara instan serta mengelola emosinya dalam berbagai situasi (Hashmi dkk., 2021:2).

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Self-Control* merupakan kemampuan seseorang dalam mengendalikan diri agar dapat berperilaku positif dan bijak dalam mengambil keputusan baik dalam aspek perilaku sosial maupun finansial. Oleh karena itu, *self-control* mencerminkan keterampilan individu dalam memahami situasi diri dan lingkungannya untuk membuat keputusan yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

b. Faktor-faktor yang memengaruhi kontrol diri

Menurut Ghufron & Risnawita (2010:32) secara garis besar, faktor-faktor yang memengaruhi kontrol diri terdiri dari faktor internal (dari diri seseorang) dan faktor eksternal (lingkungan) sebagai berikut:

1) Faktor Internal

Salah satu faktor internal yang memengaruhi kontrol diri adalah usia. Seiring bertambahnya usia, kemampuan seseorang dalam mengendalikan diri cenderung semakin meningkat.

2) Faktor Eksternal

Salah satu faktor eksternal yang berpengaruh terhadap kontrol diri adalah lingkungan keluarga, terutama peran orang tua. Orang tua memiliki peran penting dalam membentuk kemampuan seseorang dalam mengendalikan diri. Penelitian yang dilakukan oleh Nasichah (2000) menunjukkan bahwa semakin disiplin yang diterapkan orang tua, semakin tinggi pula kemampuan remaja dalam mengontrol diri. Oleh karena itu, jika orang tua secara konsisten menerapkan disiplin sejak dini dan menerapkan konsekuensi jika melakukan pelanggaran terhadap aturan, maka akan membentuk kepribadian yang baik dapat membantu mengatur perilaku individu.

c. Jenis-Jenis Pengendalian Diri

Menurut Block dan Block dalam Marsela dan Supriatna (2019:66) ada tiga jenis pengendalian diri yaitu secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Over Control* adalah ketika seseorang terlalu menahan diri dalam merespons situasi, sehingga sulit untuk bereaksi secara alami.
- b. *Under Control* terjadi ketika seseorang bertindak secara impulsif tanpa perhitungan yang matang.
- c. *Appropriate Control* berarti kontrol seseorang dalam upaya mengendalikan dorongan atau impuls dengan secara tepat sesuai dengan situasi.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

d. Indikator atau Aspek *Self-Control*

Menurut Averill dalam Ghufron & Risnawita (2010:32) menyebut kontrol diri dengan sebutan kontrol personal, yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan mengontrol keputusan (*decisional control*).

1) Kontrol perilaku (*Behavior Control*)

Kontrol perilaku adalah kesiapan seseorang dalam menghadapi situasi yang tidak menyenangkan dengan memberikan respons yang tepat. Ada dua cara utama untuk mengontrol perilaku. Pertama, menentukan siapa yang bisa mengendalikan situasi apakah diri sendiri atau aturan yang berlaku. Jika tidak bisa mengatasi sendiri, bisa dengan mencari bantuan eksternal. Kedua, memahami cara menghadapi rangsangan yang tidak diinginkan, misalnya dengan cara menghindarinya, memberikan waktu jeda, dan menghentikannya lebih awal.

2) Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*)

Kontrol kognitif adalah cara seseorang mengelola informasi yang kurang menyenangkan agar bisa beradaptasi secara psikologis atau mengurangi tekanan. Kemampuan ini mencakup dua hal utama, yang pertama yaitu mengumpulkan informasi agar bisa lebih siap menghadapi situasi sulit, dan kedua, menilai suatu keadaan dengan melihat sisi positifnya. Dengan begitu, seseorang bisa lebih mudah menghadapi tantangan dan menyesuaikan diri dengan situasinya.

3) Mengontrol Kepuasan (*Decesional control*)

Mengontrol keputusan adalah kemampuan seseorang dalam memilih tindakan atau hasil berdasarkan keyakinan. Kontrol diri dalam pengambilan keputusan akan berjalan dengan baik jika individu memiliki kebebasan untuk mempertimbangkan berbagai pilihan dari berbagai kemungkinan terhadap suatu tindakan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.1.3 *Fear of Missing Out (FoMO)*

a. Pengertian FoMO

FoMO merupakan perasaan cemas yang muncul akibat anggapan bahwa pengalaman orang lain lebih memuaskan dibandingkan dengan diri sendiri biasanya dikarenakan media sosial, terutama jika melihat aktivitas mereka di media sosial. Selain itu dia berpendapat juga bahwa FoMO merupakan tekanan sosial yang muncul dari perasaan akan tertinggal suatu peristiwa atau tersisih dari pengalaman kolektif yang positif atau berkesan (McGinnis 2020:258). Sedangkan menurut Gupta dan Sharma dalam Sasongko dkk. (2023:223) FoMO adalah istilah yang diperkenalkan pada tahun 2004 untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di media sosial. Perilaku ini terdiri dari dua tahap utama: pertama, munculnya rasa takut akan kehilangan sesuatu, kemudian diikuti dengan tindakan kompulsif untuk mempertahankan atau menghindari hal yang dirasa akan hilang. FoMo merupakan kecemasan yang muncul akibat kekhawatiran bahwa orang lain memiliki pengalaman berharga dibandingkan diri sendiri. FoMO dicirikan dengan rasa takut seseorang akan kehilangan kesempatan dan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain (Przybylski dkk. 2013:1842-1843).

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Fear of Missing Out (FoMO)* dapat disimpulkan sebagai perasaan cemas akibat ketinggalan sesuatu yang baru seperti tren di media sosial yang muncul ketika seseorang merasa bahwa orang lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan, berharga, atau berarti dibandingkan dirinya sendiri.

b. Faktor Penyebab Terjadinya *Fear of Missing out (FOMO)*

Menurut Astuti (2021:248) Faktor yang memicu kemunculan FoMO, antara lain :

1) Media Online

Media Online merupakan kebutuhan individu untuk selalu terhubung dengan media sosial dan mengetahui aktivitas orang lain di

setiap saat. FoMO muncul serta berkembang melalui penggunaan media sosial, yang mendorong seseorang untuk mengikuti tren dan perkembangan yang sedang populer. Dengan demikian, media sosial menjadi factor utama yang memicu terjadinya FoMO.

2) Pengaruh teman sebaya (*peer group*)

Lingkungan sosial dapat memengaruhi penerimaan maupun penolakan individu dalam masyarakat. Selain itu, faktor budaya juga berperan dalam mendorong individu untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Hal ini secara tidak langsung dapat menyebabkan ketergantungan terhadap internet atau dikenal sebagai bentuk konformitas terhadap lingkungan.

c. Indikator *Fear of Missing Out*

Menurut Mazlum & Atalay (2022:29) terdapat 2 (dua) indikator utama yang diidentifikasi, yaitu sebagai berikut:

1) Privat

Indikator Privat, yaitu menggambarkan perasaan cemas, penyesalan, ketakutan, perasaan diabaikan, tertinggal, serta kekhawatiran ketika seseorang tidak bisa ikut serta dalam suatu kegiatan atau kesempatan. Ketakutan yang muncul dalam aspek ini umumnya berkaitan dengan bagaimana seseorang memandang pandangan orang lain terhadap lingkungan sosialnya.

2) Sosial

Indikator Sosial mengacu pada dorongan seseorang untuk membentuk citra diri di mata orang lain. Hal ini tercermin dari kebiasaan individu yang rutin memperbarui status di media sosial guna membagikan perkembangan terbaru mengenai dirinya. Selain itu, mereka juga sering memeriksa dan mencari informasi terbaru.



2.1.4 *Financial Behavior*

a. Pengertian *Financial Behavior*

Financial Behavior merupakan tindakan yang diambil seseorang dalam mengelola pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan dasar. Dengan demikian, penelitian dan studi perilaku keuangan memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas hidup seseorang terutama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Anisah, A. 2024:2). Sedangkan menurut Suryanto dalam Siregar & Anggraeni (2022:128) perilaku keuangan merupakan pada pola kebiasaan serta tindakan individu dalam mengelola keuangan pribadinya. *Financial Behavior* merupakan studi mengenai bagaimana manusia sebenarnya bertindak dsalam konteks penentuan keuangan. Fokus utamanya adalah memahami bagaimana aspek psikologis memengaruhi keputusan terkait keuangan, baik pada tingkat individu, perusahaan, maupun pasar keuangan. Kedua konsep yang diuraikan secara jelas menyatakan bahwa perilaku keuangan merupakan pendekatan yang menjelaskan bagaimana seseorang melakukan investasi atau berhubungan dengan aspek keuangan yang dipengaruhi oleh faktor psikologi Nofsinger dalam Mardiana dkk. (2023:116). keuangan adalah perilaku manusia terkait dengan pengelolaan keuangan yang dipengaruhi oleh faktor psikologis dan berdampak pada pengasmbilan keputusan keuangan secara efektif.

Menurut Mulyani & Indriasih (2021:38) beberapa jenis perilaku keuangan. Pertama, perilaku keuangan negatif, yaitu perilaku yang tidak bertanggung jawab dalam mengelola keuangan. Perilaku negatif ini ditandai dengan sifat konsumtif, minimnya kebiasaan menabung, tidak memiliki investasi, serta ketiadaan perencanaan keuangan dan visi masa depan. Kedua, perilaku keuangan menabung dan investasi, yaitu perilaku yang mencerminkan kesadaran dalam menabung di bank dan berinvestasi. Perilaku ini ditandai dengan pemahaman terhadap berbagai produk perbankan serta jenis-jenis investasi. Jika masyarakat memiliki literasi yang baik dalam hal menabung dan investasi, maka mereka akan lebih jarang

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



menghadapi masalah keuangan dalam hidupnya. Ketiga, perilaku belanja dan hemat. Pentingnya kebijaksanaan dalam mengelola keuangan dengan menyeimbangkan antara pemasukan dan pengeluaran. Hal tersebut mengingatkan agar pengeluaran tidak melebihi pemasukan, karena hal tersebut dapat memicu permasalahan keuangan, baik secara pribadi maupun dalam lingkup keluarga. Menurut Xiao (2016:70) *Financial Behavior* merupakan segala bentuk tindakan manusia yang berkaitan dengan pengelolaan uang. Secara umum, perilaku keuangan mencakup kebiasaan dalam menggunakan uang tunai, kredit, dan menabung

b. Faktor yang mempengaruhi *financial behavior*

Menurut Amelia dkk. (2020:39-41) Setiap individu memiliki karakteristik dan kecenderungan perilaku keuangan yang berbeda, dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari dalam maupun luar diri individu tersebut. Pengaruh psikologis, seperti sifat dan karakter pribadi, merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku keuangan seseorang. Selain itu, terdapat pula faktor eksternal yang turut berperan dalam membentuk perilaku keuangan individu sebagai berikut:

1) Jenis kelamin atau gender

Menurut Lim dan Teo (1997), perbedaan jenis kelamin dapat memengaruhi pandangan individu terhadap perilaku dalam menggunakan uang. Dengan kata lain, laki-laki dan perempuan cenderung memiliki cara pandang yang berbeda dalam mengelola keuangan mereka.

2) Lingkungan keluarga

Keluarga merupakan lingkungan awal yang dikenal oleh individu, sehingga memiliki peran penting dalam membentuk perkembangan pribadi seseorang. Keluarga yang harmonis dan mampu memberikan teladan yang baik kepada setiap anggotanya akan melahirkan anak-anak dengan kepribadian dan pola hidup yang positif.

3) Tingkat pendapatan

Mahasiswa yang telah memiliki penghasilan dan tidak lagi bergantung pada uang dari orang tua cenderung lebih terampil dalam mengatur dan mengelola keuangan dibandingkan dengan mahasiswa yang masih menerima dukungan finansial dari orang tua. Mereka lebih memahami tantangan dalam memperoleh penghasilan. Perilaku tersebut mencerminkan adanya perbedaan dalam pengambilan keputusan keuangan.

c. Indikator *Financial Behavior*

Menurut Dew dan Xiao dalam Gunawan (2022:47) ada empat hal yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang yaitu:

1) *Consumption*

Konsumsi adalah pengeluaran rumah tangga untuk barang dan jasa. Perilaku keuangan seseorang dapat tercermin dari cara ia melakukan kegiatan konsumsi, termasuk jenis barang atau jasa yang dibeli serta alasan pembelian tersebut.

2) *Cash-flow Management*

Arus kas merupakan indikator dari kesehatan keuangan yang berarti kemampuan seseorang dalam membayar segala biaya yang ditanggungnya. Manajemen arus kas yang baik dicapai dengan menyeimbangkan antara pemasukan uang tunai dan pengeluaran. Arus kas ini dinilai dari seberapa tepat seseorang mencatat waktu penerimaan dan pengeluaran serta dari kemampuannya dalam menyusun anggaran dan merencanakan kebutuhan di masa depan.

3) *Saving and Investment*

Tabungan adalah sebagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu. Seseorang menabung karena adanya ketidakpastian di masa depan, sehingga dana perlu disimpan untuk menghadapi kejadian tak terduga. Dengan kata lain, investasi merupakan proses mengalokasikan atau menanamkan sumber daya yang dimiliki saat

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ini dengan harapan memperoleh keuntungan atau manfaat di masa mendatang.

4) *Credit Management*

Manajemen hutang merupakan kemampuan seseorang dalam menggunakan utang secara bijak untuk meningkatkan kesejahteraannya. Jadi, manajemen hutang lebih melihat bagaimana seseorang menggunakan hutang untuk sesuatu yang produktif, bukan semata-mata untuk kepentingan konsumsi.

Perilaku keuangan pada penelitian ini diartikan sebagai kemampuan individu dalam perencanaan, pengelolaan dan mengambil keputusan yang berkaitan dengan konsumsi dan pengelolaan keuangan (*cash-flow management*), simpanan dan investasi, serta manajemen kredit.

2.1.5 *E-Commerce*

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) merujuk pada kegiatan yang menggunakan teknologi untuk melaksanakan transaksi bisnis antara penjual dan pembeli. Pada penelittian ini, penulis akan membahas tentang definisi dan jenis *e-commerce*.

a. **Definisi *E-Commerce***

Perdagangan elektronik atau *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan pesat teknologi data yang saat ini tengah berlangsung terhadap pertukaran produk, jasa, maupun informasi melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, serta jaringan komputer pribadi lainnya (Rachmayani, 2015:64-65). Sedangkan menurut Gorga dkk. (2021:2) *e-commerce* dapat diartikan sebagai teknologi internet yang dimanfaatkan sebagai marketplace, atau yang dikenal juga dengan *e-commerce* atau belanja online, dapat diartikan sebagai aktivitas bisnis yang dilakukan secara elektronik. Dalam hal ini, proses bisnis memanfaatkan internet sebagai sarana penghubung dalam menjalankan kegiatan komersial. *E-commerce* merupakan saluran online yang dapat diakses



melalui komputer pribadi, yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk menjalankan aktivitas bisnis mereka. Serta dimanfaatkan konsumen untuk mengakses informasi yang dimulai dengan menyediakan layanan kepada konsumen dalam membantu pengambilan keputusan Menurut Kotler & Armstrong dalam Rachmayani (2015:64-65). *E-commerce* merupakan bentuk pembelian dan penjualan yang dilakukan secara terkomputerisasi, baik oleh konsumen maupun perusahaan, sehingga mempermudah dalam memilih barang yang akan dipesan, dikirim, serta dilengkapi dengan dukungan purnajual dan berbagai metode pembayaran yang tersedia (Naning, 2022:9-11). *E-Commerce* merupakan proses transaksi jual beli jasa atau produk antara dua pihak penjual dan pembeli melalui internet. Sejak tahun 2004, *e-commerce* telah mengalami perkembangan pesat. Perdagangan elektronik merupakan istilah yang merujuk pada aktivitas pembelian dan penjualan yang didukung oleh sarana elektronik (Haque-fawzi dkk., 2022:79).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan teknologi data yang berkembang pesat dengan transaksi jual beli produk dan jasa secara digital melalui internet. *e-commerce* memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi, memilih barang, dan menggunakan metode pembayaran. Dengan begitu, *e-commerce* dinilai memiliki kelebihan, sehingga banyak konsumen yang beralih dari berbelanja secara offline ke berbelanja secara online melalui platform *e-commerce*.

b. Jenis-Jenis E-Commerce

Menurut Rachmayani (2015:65) *E-Commerce* terdiri dari beberapa jenis, sebagai berikut :

1) *Business-to-Business* (B2B)

Sebagian besar *e-commerce* yang diterapkan saat ini termasuk dalam tipe B2B. Jenis *e-commerce* ini mencakup sistem operasi internal (IOS) serta transaksi antar organisasi yang terjadi di pasar elektronik.

2) *Business-to-Consumer* (B2C)

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Merupakan transaksi jual beli secara langsung antara bisnis dengan konsumen individu, biasanya dalam bentuk transaksi eceran.

3) *Consumer-to-Consumer* (C2C)

Pada kategori ini, seorang konsumen menjual produk atau layanan secara langsung kepada konsumen lainnya.

4) *Consumer-to-Business* (C2B)

Kategori ini melibatkan individu yang menjual produk atau layanan kepada organisasi. Dalam model ini, individu mencari penjual, berinteraksi dengan mereka, dan menyepakati transaksi.

2.2 Hasil Penelitian/Jurnal Relevan

Bagian ini menjelaskan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti. Penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel-variabel yang penulis cantumkan dalam penelitian ini. Berikut beberapa penelitian yang pernah dilakukan dan dijadikan sebagai acuan terkait dengan judul yang diambil oleh penulis dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut ini :

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Jurnal Relevan

No	Nama Penulis (Tahun)	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Ridha Ardilla & Edy Suryadi (2024)	<i>The Influence of Financial literacy, Lifestyle and Fear of Missing Out on the Financial Behavior of Generation Z in Pontianak City</i>	<i>Financial Literacy, Lifestyle, Fear of Missing Out, Financial Behavior</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Dan <i>fear of missing out</i> secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Secara simulasi seluruh variabel X berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi X di Kota Pontianak.	Penelitian ini memiliki persamaan dengan menganalisis variabel <i>fear of missing out</i> terhadap <i>financial behavior</i> . Perbedaannya terletak pada variabel <i>financial literacy & lifestyle</i> dan objek penelitian yaitu pada generasi di Kota Pontianak.
2.	Nur Afika Fitriani, Ronny Malavia Mardani & Mohamad Bastomi	Pengaruh <i>Financial Knowledge, Hedonism Lifestyle</i> , dan <i>Self Control</i> Terhadap <i>Financial Behavior</i> (Studi pada Gen Z di Kecamatan Ketapang, Kabupaten Sempang, Jawa Timur).	<i>Financial Knowledge, Hedonism Lifestyle, Self Control dan Financial Behavior</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan, gaya hidup hedonisme berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan dan pengendalian diri berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan.	Penelitian ini memiliki persamaan dalam menganalisis <i>self control</i> terhadap <i>Financial Behavior</i> . Perbedaannya terdapat variabel <i>financial knowledge, hedonism lifestyle</i> dan objek penelitian yaitu Gen Z di Kecamatan

bersambung

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



sambungan tabel 2.1

					Ketapang, Kabupaten Sempang, Jawa Timur
3.	Mifthahul Jannah, Maria Magdalena PD, Eliya Isfaatun, Wendri Sukmarani dan Saptaji Sri Margiutomo	Pengaruh <i>Self Control</i> dan <i>Financial Attitude</i> Terhadap <i>Financial Behavior</i> Pengguna Layanan <i>Buy Now Pay Later</i>	<i>Self Control</i> , <i>Financial Attitude</i> dan <i>Financial Behavior</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya. Variabel <i>self control</i> dan <i>financial attitude</i> secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>financial behavior</i>	Dalam penelitian ini persamaan terletak pada variabel yang menganalisis <i>self control</i> terhadap <i>financial behavior</i> Perbedaannya terletak pada objek penelitian yaitu pengguna layanan <i>buy now pay later</i>
4.	Nabila Ganes Putri Utami & Yyun Isbanah	Pengaruh <i>financial literacy</i> , <i>financial attitude</i> , <i>financial technology</i> , <i>self control</i> , dan <i>hedonic lifestyle</i> terhadap <i>financial behavior</i>	<i>Financial literacy</i> , <i>financial attitude</i> , <i>financial technology</i> , <i>self control</i> , <i>hedonic lifestyle</i> dan <i>financial behavior</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>financial literacy</i> dan <i>self control</i> dapat mempengaruhi perilaku keuangan. Sedangkan <i>financial attitude</i> , <i>financial technology</i> dan <i>hedonic lifestyle</i> tidak mempengaruhi perilaku keuangan. Variabel <i>financial literacy</i> memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan karena dipengaruhi oleh tingkat Pendidikan dan literasi keuangan responden yang berada dikategori <i>well literate</i> . Dan <i>self control</i> berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan karena responden	Penelitian ini memiliki persamaan dalam menganalisis <i>self control</i> terhadap <i>financial behavior</i> Perbedaan penelitian terdahulu yaitu berfokus pada <i>financial behavior</i> secara umum, sedangkan peneliti membahas variabel <i>financial behavior</i> dan menambahkan objek penelitian pengguna <i>e-commerce</i> shopee.

bersambung

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



sambungan tabel 2.1

				memiliki <i>self control</i> yang tinggi sehingga bisa mengendalikan diri akan perilaku impulsive.	
5.	Afifatun Nur Azizah, Susilaningih, Leny Noviani (2024)	<i>The Influence of Financial Knowledge, Parental Financial Socialization, and Fear of Missing Out (FOMO) on The Financial Behavior of Gen Z students in Indonesia : Examining The Moderating Role of Gender</i>	<i>Financial Knowledge, Parental Financial Socialization, and Fear of Missing Out (FoMO), Financial Behavior dan Gender</i>	Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan keuangan, sosialisasi keuangan orangtua, dan FoMO memiliki dampak signifikan terhadap perilaku keuangan siswa Gen Z. Selain itu, meskipun pengetahuan keuangan dan FoMO tidak dimoderasi oleh jenis kelamin, efek sosialisasi keuangan orangtua terhadap perilaku keuangan dimoderasi oleh jenis kelamin. Implikasi dari penelitian ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan literasi keuangan ke dalam pendidikan universitas, dengan pendekatan yang lebih aplikatif serta memanfaatkan teknologi sebagai sarana pembelajaran.	Persamaan dari penelitian yaitu menganalisis variabel FoMO terhadap <i>financial behavior</i> generasi Z Perbedaannya terletak pada objek penelitian yaitu mahasiswa di Indonesia sedangkan peneliti berfokus pada gen Z pengguna <i>e-commerce</i> di Depok

Sumber: Data Diolah, 2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Berdasarkan informasi yang disajikan pada tabel 2.1 mengenai penelitian terdahulu, kebaruan pada penelitian ini terletak pada kombinasi variabel antara *self control* dan *fear of missing out* (FoMO) terhadap *financial behavior*. Meskipun sudah banyak penelitian terdahulu mengenai perilaku keuangan, namun belum terdapat penelitian yang secara spesifik membahas tentang *self control* dan *fear of missing out* (FoMO) secara bersamaan terhadap *financial behavior* di konteks tertentu, seperti generasi Z pengguna *e-commerce* shopee di Depok. Kebanyakan ditemukan penelitian yang membahas tentang *financial behavior* secara umum dan dalam konteks pengguna shopee *paylater*. Generasi Z pengguna *e-commerce* di Kota Depok dipilih menjadi objek penelitian, dikarenakan mengutip dari laman (Datanesia, 2022) berdasarkan data BPS, di 10 wilayah yang disebutkan (kemungkinan besar wilayah dengan aktivitas *e-commerce* tinggi di Indonesia), mayoritas penduduknya berada dalam usia produktif, yaitu 16 hingga 55 tahun. Rata-rata persentase penduduk usia produktif di wilayah-wilayah tersebut lebih tinggi dibandingkan rata-rata nasional yang sebesar 59,2%. Di sisi lain, Kota Depok tercatat memiliki proporsi penduduk usia produktif paling tinggi di antara 10 wilayah tersebut, yakni 66,3% dari total penduduknya berada dalam rentang usia 16-55 tahun sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penduduk di 10 wilayah *e-commerce* tersebut adalah usia produktif, dan Kota Depok menempati posisi tertinggi dalam hal ini. Penelitian terhadap Generasi Z pengguna *e-commerce* di Kota Depok memberikan konteks yang lebih spesifik, sehingga memungkinkan analisis yang lebih mendalam mengenai pengaruh pengendalian diri dan fenomena *fear of missing out* (fomo) terhadap perilaku keuangan mereka dalam aktivitas belanja online di platform Shopee.

2.3 Perumusan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:96) hipotesis adalah dugaan sementara atas rumusan masalah dalam penelitian, yang telah dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. Disebut sementara karena jawaban yang diberikan masih didasarkan pada teori yang relevan, dan belum dibuktikan melalui data empiris. Dengan demikian, hipotesis juga dapat diartikan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, yang belum

Hak Cipta :

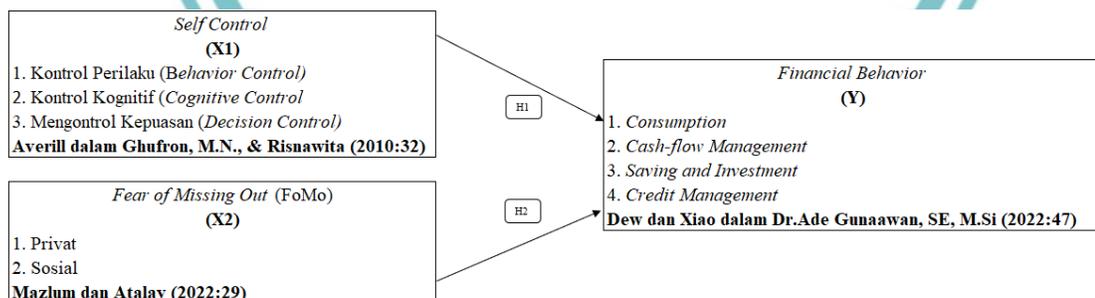
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

didukung jawaban empirik dengan data. Model hipotesis disajikan dalam penelitian ini untuk memudahkan pemahaman terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Berdasarkan rumusan masalah dan deskripsi konseptual diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. H0: *Self-Control* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Financial Behavior*
- b. H1: *Self-Control* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Financial Behavior*
- c. H0: *Fear of Missing Out* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Financial Behavior*
- d. H2: *Fear of Missing Out* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Financial Behavior*

2.4 Deskripsi Konseptual/Kerangka Konseptual

Deskripsi konseptual dalam penelitian ini menjelaskan susunan dari suatu konstruksi logika berfikir untuk menjelaskan suatu variabel atau konseptual dari penelitian yang akan dilakukan dalam menjawab rumusan masalah penelitian. Deskripsi konseptual menggambarkan kerangka berpikir terkait variabel independent sebagai variabel yang mempengaruhi dan variabel dependen sebagai variabel yang dipengaruhi. *Self-Control* (X1), *Fear of Missing Out* (FoMo) (X2) dan *Financial Behavior* (Y) merupakan variabel-variabel yang akan menjadi bahan penelitian penulis. Berdasarkan telaah pustaka di atas, *self-control* yang baik dan sindrom *fear of missing out* yang tidak berlebihan dan dikelola secara bijak dapat menciptakan perilaku finansial yang baik juga. Adapun kerangka konseptuan yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber : Data Diolah, 2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Penelitian ini berfokus pada hubungan antara dua jenis variabel. Menurut Sugiyono (2013:38) variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari individu, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan bisa ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel laten yang terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

a. Variabel Eksogen

Menurut Sugiyono (2013:39) variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent* yang memiliki arti variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab timbulnya suatu variabel yang disebut variabel independen (bebas). Pada penelitian ini penggunaan variabel independent atau bebas dilambangkan dengan huruf X, yaitu *self-control (X1)* dan *fear of missing out (fomo) (X2)*.

b. Variabel Endogen

Menurut Sugiyono (2013:39) variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuan. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya suatu variabel independent (bebas). Pada penelitian ini penggunaan variabel dependen atau terikat dilambangkan dengan huruf Y, yaitu *financial behavior (Y)*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu dan lokasi penelitian menggambarkan kapan dan dimana penelitian ini berlangsung. Penelitian ini dilaksanakan pada waktu dan tempat yang ditentukan sebelumnya, sehingga dapat memperoleh pengumpulan data yang akurat sesuai dengan target responden yang telah ditetapkan.

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama semester genap tahun ajaran 2025 yang dimulai dari bulan Januari sampai dengan bulan Juli tahun 2025. Waktu Penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Jadwal Kegiatan					
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Penentuan, Judul dan Topik Penelitian						
2.	Penyusunan Proposal Penelitian						
3.	Pelaksanaan Seminar Proposal						
4.	Penyebaran dan Pengolahan Data						
5.	Analisis dan Penyusunan Hasil Penelitian						
6.	Pelaksanaan Sidang Akhir						

Sumber : Data Diolah, 2025

3.1.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian merupakan lokasi dilaksanakannya penelitian tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Agar penelitian ini tidak terlalu luas dalam pengambilan sampel, maka sampel dibatasi dan responden dari kuesioner memiliki kriteria tersendiri yaitu Generasi Z. Objek dari penelitian ini merupakan pengguna *e-commerce* shopee di Kota Depok. Peneliti memilih kota ini

sebagai tempat penelitian karena Kota Depok menjadi wilayah yang didiami oleh kelompok usia produktif terbanyak, sehingga menarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terutama tentang perilaku keuangan dalam aktivitas berbelanja online. Oleh karena itu, peneliti akan menganalisis pengaruh *self-control* dan fomo terhadap *financial behavior* Generasi Z pengguna *e-commerce* shopee di Kota Depok.

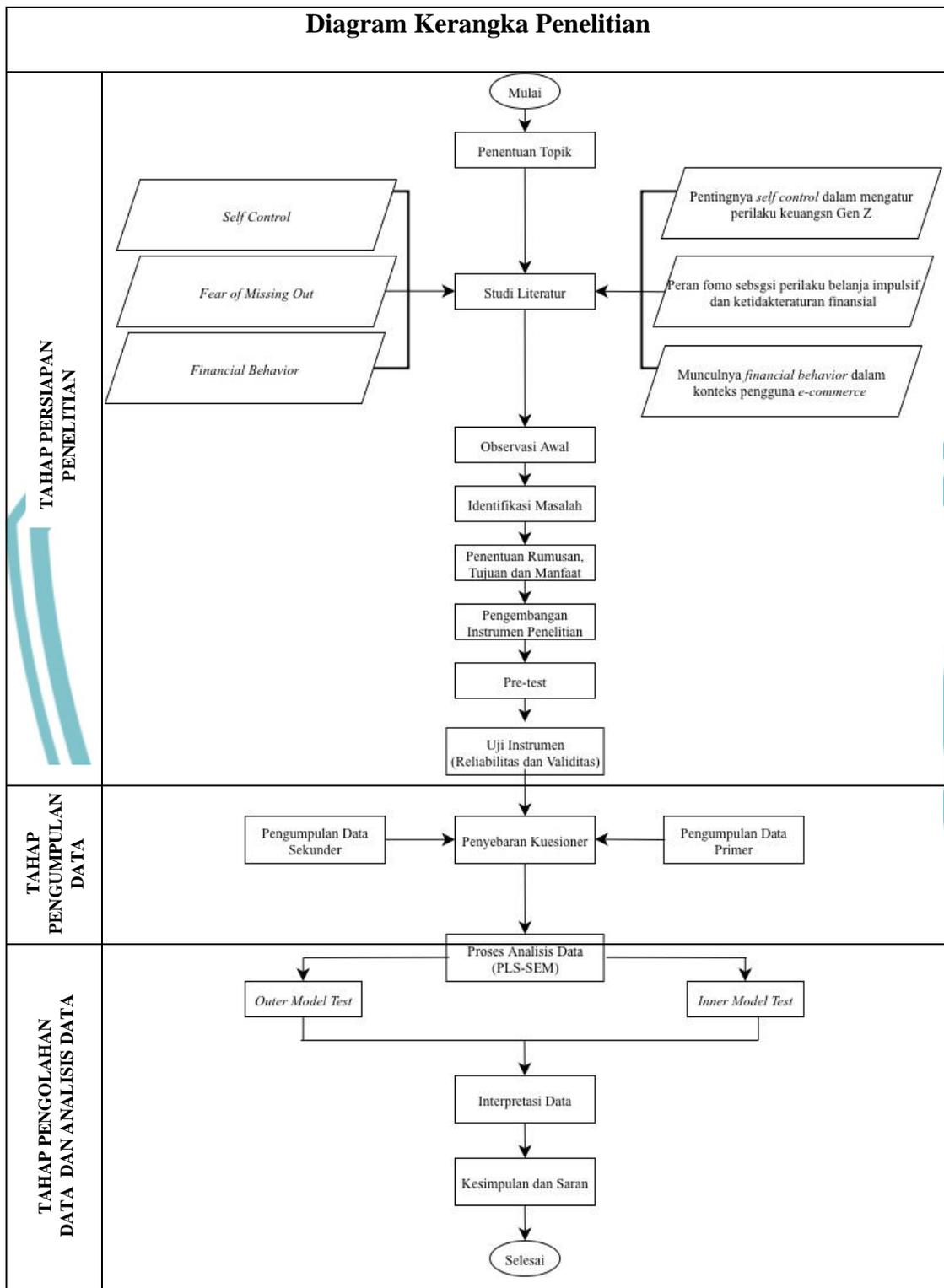
3.2 Kerangka Penelitian

Berdasarkan judul yang diteliti, jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif asosiatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh atau hubungan di antara dua variabel atau lebih. Sesuai dengan pendapat Pravitasari & Khoiriawati (2022:4500) hasil penelitian ini dapat digunakan untuk merumuskan sebuah teori yang dapat berfungsi dalam menjelaskann, memprediksi dan mengontrol suatu fenomena. Menurut Sugiyono dalam Pravitasari & Khoiriawati, (2022:4500) penelitian asosiatif adalah penelitian yang mempunyai tujuan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara dua variabel atau lebih secara relavan. Selain itu, pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk dapat menganalisis data dengan menggambarkan data yang telah terkumpul secara sistematis. Berikut pada gambar 3.1 merupakan gambaran kerangka penelitian atau diagram aliran penelitian:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Gambar 3. 2 Diagram Kerangka Penelitian

Sumber: Data Diolah, 2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



3.3 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:2) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data yang memiliki tujuan serta manfaat tertentu. Metode penelitian sebagai sebuah panduan yang terstruktur yang digunakan untuk menyelidiki suatu masalah serta memperoleh data yang dapat digunakan sebagai solusi atau jawaban terhadap pertanyaan penelitian Sugiyono (2019:2). Pada dasarnya, metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah dalam mengumpulkan data yang memiliki tujuan yang jelas dan kegunaannya. Berdasarkan pertimbangan bahwa dilakukannya penelitian bertujuan untuk mengukur kemudian menganalisis hubungan antar variabel secara numerik, maka pendekatan kuantitatif dianggap paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Metode pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism Sugiyono (2013:3). Metode ini digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrument penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kuantitatif atau bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam metode kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme, realitas dipandang sebagai sesuatu yang konkrit, teramati, dan terukur. Dengan demikian dalam penelitian kuantitatif peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari objek yang diteliti dan kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya. Penelitian kuantitatif melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti cenderung bersifat sebab dan akibat (kausal).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Menurut Ali dkk. (2022:3) penelitian kuantitatif asosiatif merupakan pendekatan ilmiah yang melihat hubungan antara dua variabel atau lebih. Untuk penelitian asosiatif lebih berusaha mencari hubungan sebab dan akibat diantara variabel-variabel yang terkait. Metode ini memungkinkan peneliti menguji hipotesis, dan menarik kesimpulan tentang pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Oleh karena itu, terkait penjelasan di atas penelitian ini memiliki keterkaitan dengan metode kuantitatif asosiatif yang dipilih. Keterkaitannya adalah adanya data-data kuantitatif dari pengaruh *self-control* dan *fear*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

of *missing out* pada Generasi Z pengguna *e-commerce*. Data-data ini kemudian dihubungkan dengan adanya *financial behavior* sebagai hasil yang diharapkan dari para pengguna *e-commerce* tersebut.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian survei dengan menyebarkan kuesioner sebagai instrumen atau alat pengumpulan data penelitian. Kuesioner dibuat untuk mengukur variabel yang diteliti, variabel tersebut yaitu *self-control* (X1), *fear of missing out* (X2), dan *Financial Behavior* (Y). Butir pertanyaan atau item instrument penelitian dalam kuesioner dirancang berdasarkan indikator yang telah ditetapkan sebelumnya dalam masing-masing variabel. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden khususnya Generasi Z yang merupakan pengguna *e-commerce* shopee di Kota Depok. Data diolah serta dianalisis dengan menggunakan *software* statistik *Smart Partial Least Square 4.0* (*SmartPLS 4*).

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Penentuan populasi dan sampel merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian, sehingga dapat menjawab permasalahan dan tujuan dari penelitian tersebut. Populasi dan sampel diambil dari objek penelitian. Deskripsi mengenai populasi dan sampel yang digunakan sebagai subjek dalam penelitian sebagai berikut :

a. Populasi

Menurut Margono dalam Hardani, dkk (2020:361) Populasi merupakan Seluruh objek yang menjadi fokus dalam suatu penelitian, baik berupa manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, hasil tes, maupun peristiwa tertentu yang memiliki karakteristik khusus dan menjadi sumber data dalam penelitian tersebut. Dalam setiap penelitian, populasi harus dijelaskan secara jelas, termasuk jumlah anggotanya dan wilayah yang menjadi cakupan penelitian. Penentuan populasi bertujuan untuk mempermudah dalam menetapkan ukuran sampel yang akan diambil, dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi.

Sedangkan Menurut Sugiyono (2013:80) Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tersendiri

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang atau sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi juga meliputi objek, benda lain dan seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek maupun subyek tersebut.

Mengacu pada latar belakang dan Batasan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, populasi penelitian ini meliputi pria dan wanita Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 serta yang menggunakan platform *e-commerce* shopee untuk berbelanja secara online. Alasan Generasi Z dipilih sebagai populasi pada penelitian ini karena Generasi Z dianggap berada pada usia produktif dan sebagian besar merupakan kelompok usia yang aktif dalam menggunakan aplikasi shopee sebagai platform utama untuk belanja *online*. Adapun kriteria responden yang ditentukan berada pada rentang usia 13 hingga 28 tahun (tahun 2025), yang termasuk ke dalam kategori generasi Gen Z khususnya masyarakat yang berdomisili di Kota Depok, dengan sumber data BPS yang digunakan adalah proyeksi penduduk kota Depok tahun 2020-2035 dengan hasil sensus penduduk 2020 yang menunjukkan populasi di kota Depok sebanyak 2.163.635 jiwa (Badan Pusat Statistik Kota Depok, 2025) dan berdasarkan data dari sensus BPS tahun 2020 menunjukkan populasi Generasi Z di Kota Depok sebanyak 535.616 jiwa

b. Sampel

Menurut Sugiyono dalam Purwanza dkk. (2022) Sampel merupakan sebagian bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Pengukuran sampel dilakukan dengan statistik atau berdasarkan pada rentang waktu penelitian untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melakukan penelitian suatu objek. Sampel yang digunakan harus mampu mewakili karakteristik populasi secara akurat, sehingga hasil yang diperoleh dari hasil penelitian terhadap sampel merupakan kesimpulan atas populasi. Pada umumnya, kriteria yang diperhatikan dalam pengambilan sampel adalah menentukan daerah generalisasinya, batas tentang sifat atau karakteristik populasi, sumber informasi tentang populasi, dan pemilihan teknik sampling yang sesuai dengan tujuan penelitian beserta ketepatan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



(presisi) yang diinginkan dari penelitian (Hardani dkk, 2020:363). Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling*.

Menurut Sugiyono (2015:122) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota dari populasi untuk kemudian dipilih menjadi sampel. Metode yang dipilih pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* ini memiliki ciri utama yaitu pemilihan anggota sampel dipilih secara khusus atau ditentukan peneliti agar sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria dan karakteristik pada populasi yang akan digunakan untuk menentukan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis kelamin laki laki dan perempuan.
- 2) Generasi Z dengan rentang usia 13 sampai dengan 28 tahun (tahun 2025) yang dipilih karena termasuk usia produktif yang umumnya menggunakan platform *e-commerce* dalam aktivitas berbelanja online sesuai dengan penelitian.
- 3) Berdomisili di Kota Depok.
- 4) Pengguna platform *e-commerce* Shopee.
- 5) Pernah membeli produk di *e-commerce* dalam 6 bulan terakhir.

Menurut Ghazali dalam Saputro (2023:200) untuk menentukan banyaknya jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan dari metode penelitian yang digunakan yaitu metode PLS-SEM, maka besarnya sampel yang direkomendasikan sebesar 30-100 sampel. Dikarenakan penelitian ini menggunakan pendekatan PLS-SEM, maka jumlah responden yang digunakan bisa menggunakan *minimum sample rule* (10 time rule). Berdasarkan pedoman praktis yang disampaikan oleh Hair Jr (2016:16) yang dimana sampel dapat dihitung berdasarkan jumlah indikator dikali 5-10. Dalam penelitian ini, terdapat jumlah indikator yaitu sebanyak sembilan indikator, maka peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 9×10 yaitu 90 sampel. Jumlah tersebut telah memenuhi ketentuan minimum menurut standar minimum PLS-SEM. Namun, untuk mengurangi risiko kesalahan dan meningkatkan keakuratan hasil, peneliti menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.5 Jenis dan Sumber Data

Pemilihan jenis data yang akan digunakan tergantung pada beberapa faktor, seperti tujuan penelitian dan kendala waktu serta sumber daya (Hardani dkk., 2020:401). Dalam penelitian ini, data dapat dikumpulkan dari sumber primer maupun sekunder yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Berdasarkan sumbernya

1) Data Primer

Dalam penelitian kuantitatif, data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung. Dalam hal ini, sumber data yang diperoleh secara langsung berasal dari responden atau narasumber. Dalam penelitian kuantitatif, teknik yang paling sering digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah melalui eksperimen dan survei atau penyebaran kuesioner (Hardani dkk., 2020:401). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer berupa kuesioner hasil dari jawaban *google form* dengan target responden yaitu Generasi Z pengguna *e-commerce* shopee yang berdomisili di Kota Depok. Kuesioner dalam penelitian ini disusun dan berisi pertanyaan dengan menggunakan skala likert atau ordinal sebagai skala pengukuran.

2) Data Sekunder

Menurut Purwanza dkk. (2022) Data sekunder yaitu data yang berasal dari analisis seseorang sebelumnya. Data sekunder memiliki kelebihan yaitu mudah dalam mengakses data, cepat dan murah. Klasifikasi sumber data sekunder yaitu buku-buku penulis yang menyampaikan kumpulan teori dan buku yang sudah dituliskan dalam buku-buku terdahulu, kumpulan informasi mengenai hasil penelitian yang dikumpulkan dari laporan penelitian maupun jurnal (Hardani, dkk 2020:103). Pada penelitian ini data yang digunakan oleh peneliti berupa studi kepustakaan yaitu data yang dikumpulkan melalui artikel, jurnal dan referensi penelitian terdahulu serta buku yang relevan dengan topik sesuai kebutuhan penelitian.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



b. Berdasarkan Waktu Pengambilan Data

Menurut Sudibyo Supardi dalam Adiputra dkk. (2021) Penelitian *cross-sectional* adalah jenis penelitian dimana variabel independen (faktor penyebab atau faktor risiko) dan variabel dependen (faktor akibat atau efek) dikumpulkan pada waktu yang bersamaan.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi atau pengukuran terhadap variabel pada suatu waktu tertentu, yang berarti setiap subjek hanya diobservasi sekali dan pengukuran dilakukan pada saat pemeriksaan. Studi ini pada dasarnya bersifat deskriptif, seperti survei deskriptif atau penentuan nilai normal. Selain itu, studi ini juga dapat digunakan dalam konteks analitik, misalnya untuk melakukan uji perbandingan (Sastroasmoro S dan Ismail S dalam Adiputra dkk., 2021). Secara umum, langkah-langkah penelitian *cross-sectional* yaitu merumuskan pertanyaan penelitian dan hipotesis, mengidentifikasi variabel penelitian, menetapkan subjek penelitian, melaksanakan pengukuran dan menganalisis data (Adiputra dkk., 2021).

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data *cross-sectional* yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *self-control* dan *fear of missing out* (fomo) terhadap *financial behavior* Generasi Z pengguna *e-commerce* shopee di Kota Depok. Data diperoleh dari 100 responden melalui penyebaran kuesioner secara daring dari sekelompok responden Generasi Z pengguna *e-commerce* shopee di Kota Depok tanpa mempertimbangkan perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu. Pendekatan *cross-sectional* dianggap lebih efisien dalam hal waktu dan biaya dibandingkan dengan pendekatan *time series* atau panel, karena tidak membutuhkan pengumpulan data berulang dari responden yang sama.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Purwanza dkk. (2022:143) teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Dalam memilih teknik yang tepat, peneliti perlu terlebih dahulu mengidentifikasi pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan dalam fokus penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



metode survei yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden. Sehubungan dengan pendapat dari Adiputra dkk. (2021) bahwa kuesioner merupakan metode yang mudah untuk mengumpulkan data yang dapat dibandingkan. Namun, hasil yang diperoleh hanya akan valid dan relevan apabila pertanyaan yang disusun jelas, tepat dan disampaikan secara konsisten kepada responden.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disusun dalam bentuk digital menggunakan *Google Formulir (g-form)*. Pemilihan bentuk digital dipilih karena lebih efisien, mudah diakses, menghemat biaya cetak, dan mempermudah pengolahan data secara otomatis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring melalui media sosial seperti *Whatsapp* dan *Instagram*. Tautan *google formulir* tersebut dibagikan melalui pesan pribadi ataupun unggahan agar bisa menjangkau lebih banyak responden sesuai dengan target dan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian menurut Ibnu Hadjar dalam Hardani (2020:384) adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif tentang informasi karakteristik variabel secara lebih objektif. Oleh karena itu, dibutuhkan teknik pengembangan skala atau instrumen pengukuran guna memperoleh data secara lebih sistematis dalam proses pengumpulan informasi terkait variabel yang diteliti. Operasional variabel dapat dilihat dalam tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Dimensi	Skala
<i>Self-Control (X1)</i>	Kontrol Perilaku (<i>Behavior Control</i>)	Kemampuan individu untuk mengelola respons terhadap situasi yang tidak menyenangkan. Termasuk mengatur perilaku impulsif dalam berbelanja online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mampu mengontrol situasi yang membuat saya terdorong untuk membeli sesuatu yang tidak saya butuhkan 2. Saya mampu menahan diri agar tidak tergoda untuk membeli barang yang sedang diskon di Shopee 3. Saya bisa menahan keinginan untuk belanja 	Skala Likert 1-4

bersambung

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



sambungan tabel 3.2

			agar bisa berpikir lebih matang sebelum mengambil keputusan.	
	Kontrol Kognitif (<i>Control Kognitif</i>)	Kemampuan individu untuk mengelola informasi dan menilai situasi dengan cara yang positif agar dapat menyesuaikan diri dengan baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum membuat keputusan untuk membeli sesuatu. 2. Saya berusaha memahami dampak finansial sebelum membuat keputusan untuk belanja. 3. Saya mempertimbangkan segala sesuatu sebelum membeli barang yang sedang tren atau yang sedang ramai dibicarakan. 	
	Mengontrol Keputusan (<i>Decision Control</i>)	Kemampuan individu untuk membuat keputusan yang tepat berdasarkan keyakinan dan pertimbangan yang matang. Termasuk dalam pembelian online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memilih berbelanja sesuai dengan kebutuhan bukan sekedar keinginan. 2. Saya mempertimbangkan berbagai referensi pilihan berdasarkan manfaatnya sebelum memutuskan membeli suatu produk. 3. Saya tidak mudah terpengaruh dengan promosi atau iklan di Shopee. 	
Averill dalam (Ghufron & Risnawita, 2010:32)				
<i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) (X2)	Privat	Perasaan cemas, penyesalan, ketertinggalan, dan kekhawatiran karena tidak ikut serta dalam suatu kegiatan atau kesempatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa khawatir jika tidak mengetahui tren yang sedang terjadi di sekitar saya. 2. Saya merasa khawatir apabila ketinggalan kesempatan untuk membeli produk yang sedang tren atau viral di e-commerce. 3. Sering merasa menghabiskan terlalu banyak waktu hanya untuk mengikuti apa yang sedang terjadi di sekitar saya. 	Skala Likert 1-4
	Sosial	Dorongan individu untuk membentuk citra diri di mata orang lain melalui media sosial dan mencari informasi terbaru tentang tren yang sedang berlangsung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sering update status di media sosial agar orang lain tahu aktivitas saya 2. Saya merasa khawatir dianggap tertinggal jika 	

bersambung

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



sambungan tabel 3.2

			tidak mengikuti tren di media sosial atau tidak punya barang yang dimiliki teman atau kerabat saya. 3. Saya sering mencari tahu tren terbaru di media sosial.	
Mazlum & Atalay (2022:29)				
<i>Financial Behavior</i> (Y)	<i>Consumption</i>	Pengeluaran individu untuk barang dan jasa, yang mencerminkan keputusan pembelian dan alasan dari pembelian tersebut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mempertimbangkan alasan seperti manfaat, harga, dan kualitas sebelum melakukan pembelian barang di Shopee. 2. Saya cenderung membeli barang di Shopee karena mengikuti tren, tertarik diskon, atau karena rekomendasi dari orang lain. 3. Saya sering membeli produk di Shopee meskipun tidak terlalu dibutuhkan. 	Skala Likert 1-4
	<i>Cash-flow Management</i>	Kemampuan individu dalam mengelola pemasukan dan pengeluaran, termasuk pencatatan dan perencanaan anggaran.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengatur pengeluaran saat belanja online agar tidak melebihi anggaran yang sudah ditentukan. 2. Saya sering menunda pembelian karena mempertimbangkan keuangan untuk menghindari pengeluaran yang tidak perlu 3. Saya mengalokasikan dana khusus untuk belanja online. 	
	<i>Saving and Investment</i>	Proses menyimpan sebagian pendapatan untuk kebutuhan di masa depan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menyisihkan sebagian dari pendapatan untuk ditabung sebelum digunakan untuk belanja online. 2. Saya lebih mengutamakan menabung atau berinvestasi untuk masa depan dibandingkan menghabiskan uang untuk belanja di platform e-commerce. 	

bersambung

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



sambungan tabel 3.2

			3. Saya memiliki tabungan atau cadangan dana pribadi.
	<i>Credit Management</i>	Kemampuan individu dalam menggunakan utang secara bijak untuk meningkatkan kesejahteraan	1. Saya hanya menggunakan fitur <i>PayLater</i> untuk berbelanja di Shopee jika benar-benar diperlukan. 2. Saya biasanya melunasi hutang atau kewajiban keuangan terlebih dahulu sebelum membeli barang baru di Shopee. 3. Saya memastikan bahwa saya mampu membayar sebelum menggunakan layanan <i>Paylater</i> di Shopee.
Dew dan Xiao dalam (Gunawan, 2022:47)			

Sumber : Data Diolah, 2025

Dalam melaksanakan penelitian ini, diperlukan juga pengukuran instrument dalam variabel yang memanfaatkan skala Likert. Skala penilaian lebih berguna jika suatu perilaku dievaluasi dengan menggunakan skala Likert (Hardani, dkk 2020:406). Skala pengukuran merupakan ketentuan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga apabila alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran maka akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015:92). Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrument yang ditentukan sebelumnya dapat dinyatakan dalam bentuk angka. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi dari individu atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi sebuah indikator variabel yang kemudian digunakan acuan untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Tingkat skala likert yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert modifikasi 4 tingkat, dengan penjabaran lebih rinci mengenai skala ini dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert 4 Tingkat

Kode	Jawaban	Bobot/Nilai
(SS)	Sangat Setuju	4
(S)	Setuju	3
(TS)	Tidak Setuju	2
(STS)	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2015:93-94

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, skala yang dipakai dalam penelitian ini adalah rentang skala 1-4 yaitu sangat tidak setuju-sangat setuju. Alasan penggunaan skala likert 4 tingkat tersebut adalah untuk menghindari risiko adanya kelemahan kategori netral yang umumnya terdapat pada skala likert 5 tingkat. Opsi netral sering kali dianggap ambigu dan dapat memengaruhi keakuratan hasil penelitian. Oleh karena itu, peneliti cenderung memilih penggunaan skala likert 4 tingkat agar responden terdorong memberikan jawaban yang lebih jelas. ini dikarenakan jika menambahkan skala netral, yang membuat rentang skalanya menjadi lima poin, maka responden cenderung memilih opsi netral. Hal ini dapat menyulitkan peneliti dalam memperoleh informasi yang jelas dan diperlukan untuk penelitian ini.

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:147) Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah dari data seluruh responden atau sumber data lain telah terkumpul. Kegiatan dalam analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mengolah data berdasarkan variabel dari seluruh respon, menyajikan data tiap variabel, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan statistika inferensial dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Menurut Nuurramadhan dkk. (2024:27) *Structural Equation Modeling (SEM)* merupakan salah satu jenis analisis multivarian generasi kedua yang menarik dan banyak digunakan oleh peneliti. Analisis

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Square* (PLS). Metode ini dipilih karena mampu mengolah data meskipun jumlah sampel relatif kecil. Dalam penerapannya, PLS terdiri dari dua model utama: model struktural dan model pengukuran. Model struktural digunakan untuk menjelaskan hubungan serta pengaruh antar variabel dalam penelitian berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan. Sementara itu, model pengukuran (*outer model*) berfungsi untuk mengevaluasi sejauh mana model tersebut valid dan reliabel. Menurut Sugiyono, (2013:121) Suatu hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang terjadi pada objek yang diteliti. Sementara itu, hasil penelitian dianggap reliabel jika data yang dihasilkan tetap konsisten meskipun pengumpulan data dilakukan pada waktu yang berbeda hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Sedangkan hasil penelitian yang reliabel yaitu apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

a. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Nurhalizah dkk. (2024:128) *outer model* merupakan model pengukuran yang menggambarkan hubungan antara variabel indikator dan variabel laten. Dalam PLS-SEM tahapan ini dikenal dengan validitas konstruk. Pengujian validitas konstruk dalam PLS-SEM terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Menurut Jogiyanto dalam Hamid & Anwar (2019:41) Salah satu cara untuk menguji validitas konstruk adalah dengan memastikan bahwa terdapat korelasi antara konstruk dan item-item pertanyaannya, serta hubungan yang lemah dengan variabel lain yang tidak berkaitan.

1) Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada konsistensi alat ukur dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat diandalkan.

a) *Composite Reliability*

Menurut Ghozali & Latan dalam Hamid & Anwar (2019:42) Pengujian reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat akurasi, konsistensi, dan ketepatan dalam mengukur suatu

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konstruk. Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Composite Reliability* berfungsi untuk menguji reliabilitas indikator dari sebuah variabel. Menurut Supriadi & Artanti (2021:17) suatu konstruk dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* yang diperoleh $> 0,7$.

b) *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha adalah alat ukur yang digunakan untuk menilai konsistensi internal awal dari suatu konstruk, yaitu sejauh mana indikator-indikator di dalamnya menunjukkan kesesuaian dalam mengukur variabel yang sama. Menurut (Supriadi & Artanti, 2021:17) sebuah konstruk dianggap memiliki reliabilitas yang memadai apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan konsisten dalam mengukur variabel yang dituju.

2) Uji Validitas

Dalam PLS-SEM, validitas digunakan untuk menilai sejauh mana indikator mampu merefleksikan konstruk yang ingin diukur secara tepat.

a) *Convergent Validity*

Menurut (Nurhalizah dkk., 2024:130) Uji validitas konvergen adalah uji yang digunakan untuk mengetahui validitas setiap korelasi antara indikator dengan variabel laten. Uji validitas indikator reflektif dengan Smart PLS dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk (Ghozali & Latan 2015) dalam (Hamid & Anwar, 2019:41) Suatu korelasi atau hubungan bisa dikatakan memenuhi validitas konvergen jika memiliki nilai *loading factor* $\geq 0,70$ serta dengan nilai *Average Variance Extracred* (AVE) $\geq 0,5$ untuk penelitian yang bersifat *exploratory*.

b) *Discriminant Validity*

Menurut (Nurhalizah dkk., 2024:130) Uji Validitas Diskriminan digunakan untuk menguji korelasi antara indikator suatu variabel

dengan variabel lain. Untuk indikator reflektif, validitas diskriminan dapat diuji dengan membandingkan nilai cross loading jika nilai cross loading indikator terhadap variabel yang diukur lebih tinggi dibandingkan dengan nilai cross loading terhadap variabel lain, maka indikator tersebut dianggap valid. Nilai untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0,70. Selain itu, nilai HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) yang dihasilkan harus berada di bawah 0,9 agar validitas diskriminan terpenuhi. Sementara itu, menurut kriteria *Fornell-Larcker*, suatu variabel dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila korelasi antar variabel dengan variabel yang sama harus lebih tinggi dibandingkan korelasi dengan variabel lainnya.

b. Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian model structural memiliki tujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis hubungan antara variabel eksogen dan endogen dalam sebuah penelitian (Nurhalizah dkk., 2024:130). Beberapa item yang menjadi kriteria dalam penilaian *inner model* yaitu nilai *R-square*, *F Square*, serta *bootstrapping*, yang berfungsi untuk menguji signifikansi pengaruh antar variabel. Adapun langkah-langkah dalam menguji *inner model*, sebagai berikut :

1) Uji Hipotesis

Metode uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *bootstrapping* pada model penelitian. Tujuan dari penggunaan teknik ini adalah untuk menentukan nilai *t*-statistik atau nilai *p*-value untuk setiap variabel. Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengevaluasi dampak variabel eksogen terhadap variabel endogen dan menilai tingkat signifikansinya. Pengujian hipotesis pada penelitian ini akan diuji dengan melihat koefisien jalur hubungan antar variabel laten (Nuurramadhan dkk., 2024:34). Menurut Nuurramadhan dkk. (2024:28) pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat *t*-statistic dan *p*-values yang dimana uji *t* ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen secara parsial. Dan suatu pengaruh

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



antar variabel dikatakan signifikan jika nilai t hitung > 1.96 atau $p\text{-values} < 0.05$ yang menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

2) Uji Ukuran Efek (*F-Square*)

Untuk menilai besarnya pengaruh antar variabel dapat diukur dengan nilai *F-Square* dikategorikan ke dalam tiga tingkat pengaruh. Menurut Utami & Kussudyarsana (2024:8) apabila nilai *F-Square* sebesar 0,2 dianggap kecil atau pengaruhnya lemah (*small effect*), 0,15 dianggap sedang (*moderate effect*) dan nilai 0,35 dianggap besar (*large effect*), dan jika kurang dari 0,02 maka dapat diabaikan atau bisa dianggap tidak ada efek.

3) Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Menurut Jogiyanto dalam Hamid & Anwar (2019:43) Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *R-Square* sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing menunjukkan bahwa model tersebut berada dalam kategori kuat, sedang (*moderate*), dan lemah.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil *Pilot Study*

Sebelum melaksanakan pengumpulan data utama, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba instrumen melalui studi pendahuluan (*pilot study*) untuk menilai kelayakan kuesioner dari aspek validitas dan reliabilitas. Uji coba ini melibatkan 30 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi target penelitian, yaitu Generasi Z pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Depok, sehingga hasil evaluasi dapat menunjukkan konteks yang sesuai. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0 untuk memastikan bahwa setiap instrumen dapat dipahami dengan baik oleh responden sehingga tidak menimbulkan penafsiran yang tidak sesuai. Hasil dari uji ini menjadi acuan bagi peneliti dalam menetapkan bahwa instrumen tersebut layak digunakan dalam penelitian.

4.1.1 Hasil Penyebaran Kuesioner

Peneliti menyampaikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dikumpulkan melalui angket yang dibagikan kepada 30 orang responden. Kuesioner tersebut disebar kepada responden yang menggunakan Generasi Z pengguna platform *e-commerce* Shopee dalam aktivitas berbelanja online sesuai dengan penelitian. Proses penyebaran kuesioner dilakukan dalam jangka waktu empat hari yaitu pada tanggal 05-08 Juni 2025. Kuesioner ini disebar secara daring menggunakan *Google Form*. Setelah data terkumpul dan memenuhi kriteria, proses pengujian serta analisis akan dilakukan berdasarkan metode yang telah ditetapkan sebelumnya. Penilaian validitas dan reliabilitas adalah langkah penting untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan. Hasil *pilot study* ini selanjutnya digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4.0.

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam tahap uji coba (*pilot study*) dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur suatu variabel. Pada tahap uji coba (*pilot study*), reliabilitas kuesioner diuji kepada 30 responden untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat menghasilkan jawaban yang layak sebelum disebarkan ke responden utama. Mengacu pada Supriadi & Artanti (2021:17) indikator dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* masing-masing $\geq 0,70$ nilai *average variance extracted* (AVE) $\geq 0,50$, serta nilai *outer loading* $\geq 0,70$. Indikator yang tidak memenuhi kriteria akan dipertimbangkan untuk diperbaiki atau dihapus. Hasil lengkap pengujian reliabilitas untuk setiap variabel dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	λ	α	CR	AVE	Reliabilitas
Self-Control (X1)	X.1.1.1	0.777	0.965	0.971	0.792	Reliabel
	X.1.1.2	0.989				Reliabel
	X.1.1.3	0.755				Reliabel
	X.1.2.1	0.989				Reliabel
	X.1.2.2	0.989				Reliabel
	X.1.2.3	0.862				Reliabel
	X.1.3.1	0.989				Reliabel
	X.1.3.2	0.830				Reliabel
	X.1.3.3	0.777				Reliabel
Fear of Missing Out (X2)	X.1.1.1	0.841	0.905	0.923	0.668	Reliabel
	X.1.1.2	0.919				Reliabel
	X.1.2.3	0.734				Reliabel
	X.2.2.1	0.720				Reliabel
	X.2.2.2	0.932				Reliabel
	X.2.1.3	0.729				Reliabel
Financial Behavior (Y)	Y.1.1	0.863	0.969	0.972	0.745	Reliabel
	Y.1.2	0.882				Reliabel
	Y.1.3	0.917				Reliabel
	Y.2.1	0.877				Reliabel
	Y.2.2	0.861				Reliabel
	Y.2.3	0.826				Reliabel
	Y.3.1	0.924				Reliabel
	Y.3.2	0.772				Reliabel
	Y.3.3	0.948				Reliabel
	Y.4.1	0.865				Reliabel
	Y.4.2	0.759				Reliabel
	Y.4.3	0.843				Reliabel

Sumber : Data diolah, 2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan tabel 4.1, semua indikator dalam uji coba ini sudah memenuhi standar reliabilitas sesuai dengan penjelasan dari c Kriteria yang digunakan yaitu nilai *Composite Reliability* (CR) dan *cronbach's alpha* $\geq 0,70$, nilai *average variance extracted* (AVE) $\geq 0,50$, dan nilai *outer loading* $\geq 0,70$. Semua indikator memiliki nilai *outer loading* $\geq 0,70$, yang artinya setiap pernyataan mampu menggambarkan variabel yang diukur dengan baik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam instrumen ini bersifat reliabel dan layak digunakan untuk penelitian utama.

b. Uji Validitas

Setelah uji reliabilitas menunjukkan hasil yang baik, tahap selanjutnya adalah menguji validitas instrumen. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner benar-benar layak digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Menurut Hair dkk. dalam (Yamin, 2023; Alifurrohman & Hasanah, (2024:6) dari ketiga metode penilaian *discriminant validity* yaitu *cross loading*, *fornell-lacker*, dan HTMT lebih direkomendasikan menggunakan HTMT dalam penelitian dengan memperhatikan nilai HTMT $< 0,90$. Hasil lengkap dari uji validitas ini dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Nilai HTMT (Pilot Study)

	<i>Self Control</i> (X1)	<i>Fear of Missing Out</i> (X2)	<i>Financial Behavior</i> (Y)
<i>Self Control</i> (X1)	-	-	-
<i>Fear of Missing Out</i> (X2)	0.177	-	-
<i>Financial Behavior</i> (Y)	0.431	0.262	-

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil nilai HTMT pada tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai HTMT antar konstruk yang nilainya $< 0,90$. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk dalam penelitian ini dapat dibedakan secara empiris satu sama lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh nilai HTMT dan hasil uji validitas ini sudah memenuhi kriteria *discriminant validity*,

sehingga semua item dalam kuesioner dinyatakan valid untuk mengukur variabel yang diteliti.

4.2 Hasil Rekapitulasi Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua metode untuk mengumpulkan data, yaitu kuesioner dan studi kepustakaan. Kuesioner digunakan sebagai alat utama untuk mendapatkan data primer berupa pendapat responden terhadap variabel yang diteliti. Sedangkan studi kepustakaan digunakan untuk memperoleh data sekunder dari sumber-sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dan referensi digital yang relevan. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus 10 kali jumlah indikator, yaitu 9 indikator \times 10 = 90 responden. Namun, untuk mengurangi kemungkinan kesalahan dalam analisis dan meningkatkan keakuratan hasil, peneliti memutuskan untuk membulatkan jumlah sampel menjadi 150 responden.

4.2.1 Karakteristik Responden

Deskripsi data dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan gambaran umum mengenai karakteristik para responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring (melalui *Google Form*) kepada Genrasi Z Pengguna *E-Commerce* Shopee. Total responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 150 orang. Data responden kemudian dikelompokkan berdasarkan beberapa kategori, yaitu jenis kelamin, rentang usia, frekuensi menggunakan *e-commerce* Shopee tersebut dalam enam bulan terakhir, serta jenis pekerjaan responden.

a. Responden Berdasarkan Pengguna Platform *E-Commerce* Shopee Dalam Aktivitas Belanja Online

Data responden berdasarkan pengguna platform *e-commerce* ditampilkan dalam gambar *pie chart* berikut:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

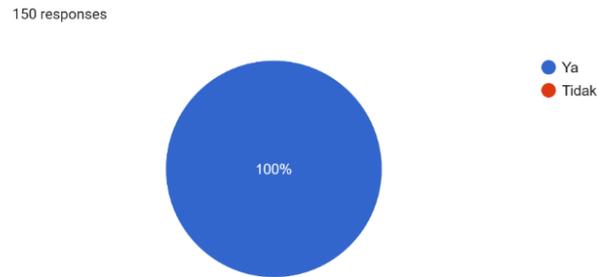
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



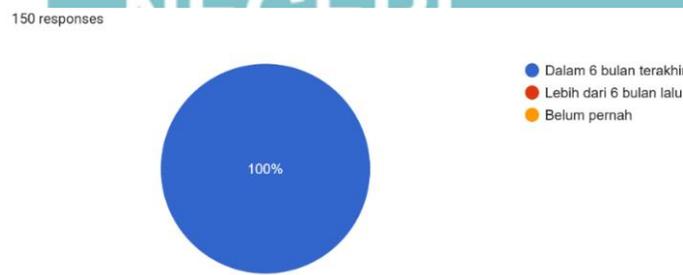
Gambar 4. 1 Diagram *Pie Chart* berdasarkan pengguna platform *e-commerce*

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 4.1, seluruh responden (100%) menyatakan bahwa mereka pernah menggunakan platform *e-commerce* Shopee dalam aktivitas belanja online. Jumlah responden yang menjawab sebanyak 150 orang. Dengan ini menunjukkan bahwa Shopee merupakan platform belanja online yang sangat dikenal di kalangan responden, karena seluruh responden memiliki pengalaman menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, Shopee dapat dijadikan sebagai objek yang relevan dalam penelitian ini untuk mengkaji perilaku belanja online.

b. Responden Berdasarkan Pembelian Produk di *E-Commerce* Shopee

Data responden berdasarkan membeli produk di *e-commerce* Shopee ditampilkan dalam gambar *pie chart* berikut:



Gambar 4. 2 Diagram *Pie Chart* membeli produk di *e-commerce* Shopee

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 4.2, seluruh responden (100%) menyatakan bahwa mereka terakhir kali melakukan pembelian produk di Shopee dalam enam bulan terakhir. Jumlah responden yang menjawab adalah sebanyak 150 orang. Hasil ini



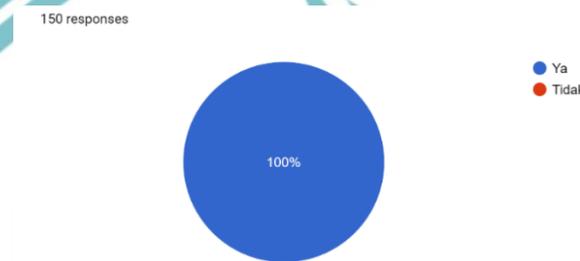
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menunjukkan bahwa Shopee tidak hanya dikenal, tetapi juga masih aktif digunakan oleh para responden dalam kurun waktu yang relatif dekat. Dengan demikian, Shopee menjadi platform yang relevan untuk diteliti lebih lanjut dalam memahami perilaku konsumen dalam berbelanja online.

c. Responden Berdasarkan Domisili

Data responden berdasarkan domisili ditampilkan dalam gambar *pie chart* berikut:



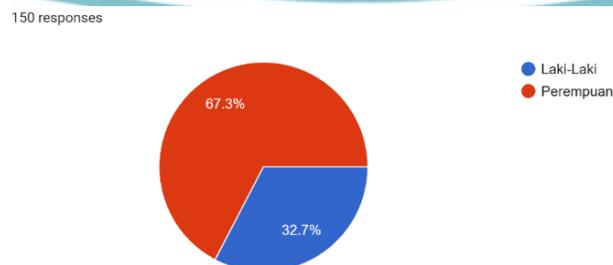
Gambar 4.3 Diagram *Pie Chart* berdasarkan domisili

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 4.3, seluruh responden (100%) menyatakan bahwa mereka berdomisili di Depok. Jumlah responden yang menjawab sebanyak 150 orang. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh partisipan dalam penelitian ini berasal dari wilayah Depok, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai perilaku belanja online pada platform *e-commerce* Shopee masyarakat di daerah tersebut.

d. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan dalam gambar *pie chart* berikut:



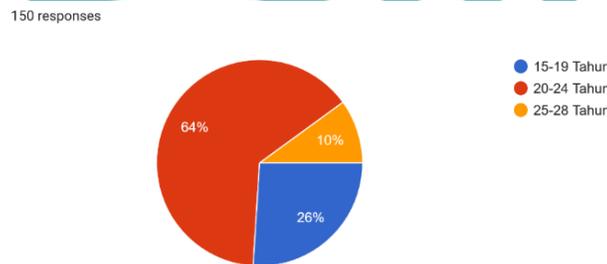
Gambar 4. 4 Diagram Pie Chart berdasarkan jenis kelamin

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 4.4, dari total 150 responden, sebanyak 101 orang atau 67,3% merupakan perempuan, sedangkan 49 orang atau 32,7% merupakan laki-laki. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa perempuan lebih aktif dalam berpartisipasi dalam pengisian kuesioner terkait perilaku belanja online. Oleh karena itu, hasil penelitian ini juga dapat mencerminkan kecenderungan dan pola perilaku konsumen perempuan dalam menggunakan platform *e-commerce* seperti Shopee.

e. Responden Berdasarkan Usia

Data responden berdasarkan usia ditampilkan dalam gambar *pie chart* berikut :

**Gambar 4. 5 Diagram Pie Chart berdasarkan jenis**

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 4.5, dari total 150 responden, mayoritas berada pada rentang usia 20–24 tahun sebanyak 96 orang (64%). Kemudian, responden berusia 15–19 tahun berjumlah 39 orang (26%), dan sisanya sebanyak 15 orang (10%) berada dalam rentang usia 25–28 tahun. Hasil ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia muda, khususnya usia 20–24 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa kalangan usia muda menengah lebih aktif dalam menggunakan platform *e-commerce* seperti Shopee.

f. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data responden berdasarkan pekerjaan ditampilkan dalam gambar *pie chart* berikut:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

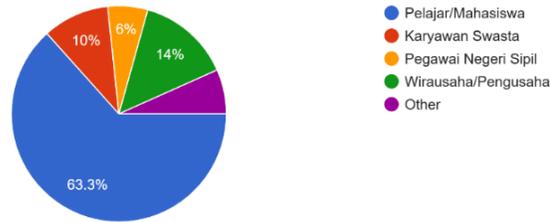




Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

150 responses



Gambar 4. 6 Diagram Pie Chart berdasarkan pekerjaan

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 4.6, dari total 150 responden, mayoritas berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa, yaitu sebanyak 95 orang (63,3%). Selanjutnya, 21 orang (14%) merupakan wirausaha atau pengusaha, 15 orang (10%) bekerja sebagai karyawan swasta, 9 orang (6%) adalah pegawai negeri sipil, dan sisanya sebanyak 10 orang (6,7%) berasal dari kategori pekerjaan lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari kalangan pelajar atau mahasiswa. Hal ini mencerminkan bahwa kelompok ini memiliki ketertarikan tinggi terhadap aktivitas belanja online melalui platform seperti Shopee, sehingga relevan dengan fokus penelitian dalam menganalisis perilaku konsumen.

4.2.2 Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian

Analisis deskriptif adalah salah satu langkah penting dalam sebuah penelitian. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menilai setiap jawaban responden berdasarkan indikator yang ada di dalam kuesioner. Setelah semua data terkumpul, peneliti akan menghitung rata-rata nilai dari masing-masing variabel. Nilai-nilai tersebut kemudian diklasifikasikan ke dalam empat kategori penilaian. Agar proses pengelompokan ini lebih mudah, digunakan interval sebagai alat evaluasi. Menurut Jaelani (2019:50) ada rumus khusus yang digunakan untuk menentukan panjang setiap interval kelas.

$$P = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

P = Rentang Skala (interval)

K = Skala Penilaian

R = Skor tertinggi – Skor terendah

$$P = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Skor pada Skala Likert digunakan sebagai dasar untuk menentukan nilai tertinggi dan terendah dalam perhitungan interval. Dalam skala ini, nilai tertingginya adalah empat dan yang terendah adalah satu. Dari rentang nilai tersebut, peneliti dapat menyusun kategori interval dan mengelompokkan hasil rata-rata nilai sesuai dengan kategorinya.

Tabel 4. 3 Kategori Skoring

Skor	Kriteria
3,26 – 4	Sangat tinggi
2,51 – 3,25	Tinggi
1,76 – 2,50	Rendah
1 – 1,75	Sangat Rendah

Sumber : Data diolah, 2025

a. Analisis Deskriptif Variabel *Self-Control*

Self-Control atau pengendalian diri berkaitan dengan sejauh mana seseorang mampu mengatur dorongan, emosi, serta perilakunya agar tetap sesuai dengan tujuan yang diyakininya. Dalam penelitian ini, penilaian terhadap *self-control* dilakukan dengan mengolah jawaban responden dari kuesioner yang disusun berdasarkan indikator yang dikemukakan oleh Averill dalam Ghufroon & Risnawita, (2010:32).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Tabel 4. 4 Data Responden Variabel *Self-Control*

Item Pernyataan	Jawaban Responden				Mean	%	Ket
	STS	TS	S	SS			
	f	f	F	f			
X1.1.1	7	75	65	3	2.43	60.67	Rendah
X1.1.2	4	87	57	2	2.38	59.50	Rendah
X1.1.3	4	78	64	4	2.45	61.33	Rendah
X1.2.1	5	84	59	2	2.39	59.67	Rendah
X1.2.2	8	80	60	2	2.37	59.33	Rendah
X1.2.3.	7	78	59	6	2.43	60.67	Rendah
X1.3.1	6	88	53	3	2.35	58.83	Rendah
X1.3.2	7	77	62	4	2.42	60.50	Rendah
X1.3.3	4	84	59	3	2.41	60.17	Rendah
Rata-Rata					2.40	60.07	Rendah

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.4 menyajikan hasil analisis deskriptif untuk variabel *self-control*. Secara keseluruhan, semua pernyataan berada dalam kategori “Rendah” dengan rata-rata total sebesar 2,40 dan persentase 60,07%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu generasi Z pengguna Shopee di Kota Depok, cenderung memiliki tingkat pengendalian diri yang masih kurang dalam mengelola perilaku keuangan mereka. Item dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan X1.1.3, yang berkaitan dengan kemampuan responden untuk menahan keinginan belanja ketika tidak terlalu membutuhkan, dengan skor rata-rata 2,45 dan persentase 61,33%. Sementara itu, item dengan nilai terendah adalah X1.2.2, yang menyatakan tentang kebiasaan menunda pembelian demi tujuan keuangan jangka panjang, dengan skor rata-rata 2,37 dan persentase 59,33%. Meskipun terdapat perbedaan nilai antara item satu dengan lainnya, secara umum seluruh pernyataan menunjukkan bahwa tingkat *self-control* responden masih rendah. Penjelasan lebih rinci untuk setiap pernyataan akan dijelaskan pada bagian berikut:

- 1) Pernyataan X.1.1.1 “Saya mampu mengontrol situasi yang membuat saya terdorong untuk membeli sesuatu yang tidak saya butuhkan.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 3 orang (2%), Setuju sebanyak 65 orang (43,3%), Tidak Setuju sebanyak 75 orang (50%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 7 orang (4,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,43 dengan persentase 60,67%, yang tergolong dalam kategori “Rendah”.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden masih kesulitan dalam mengendalikan diri saat menghadapi dorongan untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan

- 2) Pernyataan X.1.1.2 “Saya mampu menahan diri agar tidak tergoda untuk membeli barang yang sedang diskon di Shopee.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 2 orang (1,3%), Setuju sebanyak 57 orang (38%), Tidak Setuju sebanyak 87 orang (58%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 orang (2,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,38 dengan persentase 60,67%, yang tergolong dalam kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden masih belum mampu menahan diri dari godaan membeli barang diskon di Shopee.
- 3) Pernyataan X.1.1.3 “Saya bisa menahan keinginan untuk belanja agar bisa berpikir lebih matang sebelum mengambil keputusan.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (2,7%), Setuju sebanyak 64 orang (42,7%), Tidak Setuju sebanyak 78 orang (52%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 orang (2,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,45 dengan persentase 61,33%, yang tergolong dalam kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden belum sepenuhnya mampu menahan keinginan untuk berbelanja dalam mempertimbangkan keputusan secara lebih matang.
- 4) Pernyataan X.1.2.1 “Saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum membuat keputusan untuk membeli sesuatu.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 2 orang (1,3%), Setuju sebanyak 59 orang (39,3%), Tidak Setuju sebanyak 84 orang (56%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 5 orang (3,3%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,39 dengan persentase 59,67%, yang tergolong dalam kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mayoritas responden belum sepenuhnya memiliki kebiasaan untuk mencari informasi terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku belanja mereka

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



cenderung terburu-buru dan impulsif, yang berpotensi mengarah pada keputusan finansial yang kurang bijak.

- 5) Pernyataan X.1.2.2 “Saya berusaha memahami dampak finansial sebelum membuat keputusan untuk belanja.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 2 orang (1,3%), Setuju sebanyak 60 orang (40%), Tidak Setuju sebanyak 80 orang (53,3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 8 orang (5,3%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,37 dengan persentase 59,33%, yang tergolong dalam kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden masih kurang mempertimbangkan dampak finansial sebelum mengambil keputusan untuk berbelanja. Rendahnya tingkat *self-control* dalam hal perencanaan dan evaluasi keuangan ini menunjukkan adanya kecenderungan untuk berbelanja tanpa memikirkan keuangan jangka panjang.
- 6) Pernyataan X.1.2.3 “Saya mempertimbangkan segala sesuatu sebelum membeli barang yang sedang tren atau yang sedang ramai dibicarakan.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (4%), Setuju sebanyak 59 orang (39,3%), Tidak Setuju sebanyak 78 orang (52%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 7 orang (4,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,43 dengan persentase 60,67%, yang tergolong dalam kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden belum mempertimbangkan dengan matang manfaatnya sebelum membeli barang yang sedang tren atau ramai dibicarakan.
- 7) Pernyataan X.1.3.1 “Saya memilih berbelanja sesuai dengan kebutuhan bukan sekedar keinginan” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (2%), Setuju sebanyak 53 orang (35,3%), Tidak Setuju sebanyak 88 orang (58,7%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 orang (4%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,35 dengan persentase 58,83%, yang tergolong dalam kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung masih berbelanja berdasarkan keinginan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



dibandingkan kebutuhan. Rendahnya kontrol diri dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan ini menunjukkan potensi perilaku konsumtif.

- 8) Pernyataan X.1.3.2 “Saya mempertimbangkan segala sesuatu sebelum membeli barang yang sedang tren atau yang sedang ramai dibicarakan Saya mempertimbangkan berbagai referensi pilihan berdasarkan manfaatnya sebelum memutuskan membeli suatu produk.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (2,7%), Setuju sebanyak 62 orang (41,3%), Tidak Setuju sebanyak 77 orang (51,3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 7 orang (4,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,42 dengan persentase 60,50%, yang tergolong dalam kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden masih belum sepenuhnya mempertimbangkan berbagai referensi atau manfaat sebelum membeli suatu produk.
- 9) Pernyataan X.1.3.3 “Saya tidak mudah terpengaruh dengan promosi atau iklan di Shopee.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 4 orang (2%), Setuju sebanyak 59 orang (39,3%), Tidak Setuju sebanyak 84 orang (56%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 orang (2,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,41 dengan persentase 60,17%, yang tergolong dalam kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden masih cukup mudah terpengaruh oleh promosi dan iklan, khususnya di platform Shopee. Hal ini mencerminkan rendahnya kemampuan *self* -dalam menghadapi rangsangan pemasaran digital dari platform *e-commerce*, yang berpotensi mendorong perilaku belanja impulsif.

b. Analisis Deskriptif Variabel *Fear of Missing Out*

Fear of Missing Out (FoMO) adalah perasaan takut ketinggalan informasi, pengalaman, atau kesempatan yang sedang terjadi dan dirasakan lebih baik oleh orang lain. Dalam penelitian ini, FoMO diukur dari jawaban responden melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari (Mazlum & Atalay 2022:29).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Tabel 4. 5Data Responden Variabel *Fear of Missing Out*

Item Pernyataan	Jawaban Responden				Mean	%	Ket
	STS	TS	S	SS			
	f	f	f	f			
X2.1.1	3	75	70	2	2.47	61.83	Rendah
X2.1.2	3	77	68	2	2.46	61.50	Rendah
X2.1.3	2	81	64	3	2.45	61.33	Rendah
X2.2.1	3	75	70	2	2.47	61.83	Rendah
X2.2.2	1	75	72	2	2.50	62.50	Rendah
X2.2.3	4	68	76	2	2.51	62.67	Tinggi
Rata-Rata					2.48	61.94	Rendah

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 menyajikan hasil analisis deskriptif untuk variabel *Fear of Missing Out* (FoMO). Secara keseluruhan, sebagian besar pernyataan berada dalam kategori “Rendah” dengan rata-rata skor sebesar 2,48 dan persentase 61,94%. Artinya, tingkat FoMO pada responden, yang merupakan generasi Z pengguna Shopee di Kota Depok, tergolong masih cukup rendah. Item dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan X2.2.3, yaitu mengenai rasa khawatir ketinggalan informasi atau tren terbaru di platform *e-commerce*, dengan skor mean 2,51 dan persentase 62,67%, yang termasuk kategori “Tinggi”. Sementara itu, pernyataan dengan nilai terendah terdapat pada X2.1.3, yaitu tentang keinginan terus memantau aplikasi karena takut melewatkan promo menarik, dengan nilai mean 2,45 dan persentase 61,33%. Walaupun perbedaannya tidak terlalu besar, hasil ini menunjukkan bahwa secara umum responden belum menunjukkan gejala FoMO yang tinggi saat berbelanja di Shopee. Penjelasan lebih detail dari masing-masing item akan dijelaskan pada bagian berikut:

- 1) Pernyataan X.2.1.1 “Saya merasa khawatir jika tidak mengetahui tren yang sedang terjadi di sekitar saya.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 2 orang (1,3%), Setuju sebanyak 70 orang (46,7%), Tidak Setuju sebanyak 75 orang (50%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang (2%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,47 dan persentase 61,83%, tergolong kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak terlalu merasa khawatir apabila mereka tidak mengetahui tren yang sedang berlangsung. Rendahnya tingkat kekhawatiran ini

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka memiliki sikap yang lebih stabil dan tidak mudah terdorong oleh tren yang berkembang di lingkungannya.

- 2) Pernyataan X.2.1.2 “Saya merasa khawatir apabila ketinggalan kesempatan untuk membeli produk yang sedang tren di *e-commerce*.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 2 orang (1,3%), Setuju sebanyak 68 orang (45,3%), Tidak Setuju sebanyak 77 orang (51,3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang (2%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,46 dan persentase 61,50%, tergolong kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak terlalu merasa tertekan atau khawatir jika tidak ikut serta dalam membeli produk yang sedang tren. Hal ini menunjukkan bahwa aspek *Fear of Missing Out* masih relatif rendah dan belum menjadi faktor dominan yang memengaruhi perilaku keuangan mereka secara langsung.
- 3) Pernyataan X.2.1.3 “Sering merasa menghabiskan terlalu banyak waktu hanya untuk mengikuti apa yang sedang terjadi di sekitar saya” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 3 orang (2%), Setuju sebanyak 64 orang (42,7%), Tidak Setuju sebanyak 81 orang (54%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang (1,3%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,45 dan persentase 61,33%, tergolong kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak merasa bahwa mereka terlalu banyak menghabiskan waktu hanya untuk mengikuti tren atau informasi di sekitarnya. Secara keseluruhan, hal ini menandakan bahwa FoMO tidak menjadi sebuah tekanan dalam aktivitas responden, termasuk dalam pengambilan keputusan finansial khususnya di platform *e-commerce*.
- 4) Pernyataan X.2.2.1 “Saya sering update status di media sosial agar orang lain tahu aktivitas saya” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 2 orang (1,3%), Setuju sebanyak 70 orang (46,7%), Tidak Setuju sebanyak 75 orang (50%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang (2%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,47 dan persentase 61,83%, tergolong kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



responden Sebagian besar responden tidak menunjukkan perilaku yang mencerminkan kekhawatiran berlebihan terhadap tren, atau ketertinggalan informasi melalui sosial media. Hal ini menunjukkan bahwa FoMO tidak menjadi pendorong utama dalam perilaku keuangan, khususnya dalam konteks penggunaan *e-commerce*. Responden menunjukkan dapat menghadapi tekanan sosial digital, sehingga tidak mudah terpengaruh hanya demi mengikuti tren atau mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial mereka.

- 5) Pernyataan X.2.2.2 “Saya merasa khawatir dianggap tertinggal jika tidak mengikuti tren di media sosial atau tidak punya barang yang dimiliki teman atau kerabat saya.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 2 orang (1,3%), Setuju sebanyak 72 orang (48%), Tidak Setuju sebanyak 75 orang (50%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang (0,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,50 dan persentase 62,50%, tergolong kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak terlalu khawatir atau merasa tertinggal jika tidak mengikuti tren di media sosial atau tidak memiliki barang yang sama seperti orang di sekitarnya. Ini menunjukkan bahwa rasa takut ketinggalan (FoMO) pada aspek ini masih rendah, sehingga belum terlalu memengaruhi perilaku belanja di platform *e-commerce*.
- 6) Pernyataan X.2.2.3 “Saya sering mencari tahu tren terbaru di media sosial.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 2 orang (1,3%), Setuju sebanyak 76 orang (50,7%), Tidak Setuju sebanyak 68 orang (45,3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 orang (2,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,51 dan persentase 62,67%, tergolong kategori “Tinggi”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki kebiasaan untuk mengikuti tren yang sedang ramai di media sosial. Meskipun tidak semua responden setuju, hasil ini menunjukkan bahwa keinginan untuk tetap *update* cukup kuat. Jika kebiasaan ini tidak disertai dengan kontrol diri yang baik, maka bisa saja memengaruhi keputusan belanja dan berdampak pada perilaku keuangan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



c. Analisis Deskriptif Variabel *Financial Behavior*

Financial behavior atau perilaku keuangan berkaitan dengan bagaimana seseorang mengelola, menggunakan, dan mengambil keputusan terkait uang atau keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, perilaku keuangan diukur berdasarkan jawaban responden dari kuesioner yang disusun menggunakan indikator dari Dew dan Xiao dalam Gunawan (2022:47)

Tabel 4. 6 Data Responden Variabel *Financial Behavior*

Item Pernyataan	Jawaban Responden				Mean	%	Ket
	STS	TS	S	SS			
	f	f	f	f			
Y.1.1	39	38	35	38	2.48	62.00	Rendah
Y.1.2	39	42	31	38	2.45	61.33	Rendah
Y.1.3	36	41	30	43	2.53	63.33	Tinggi
Y.2.1	34	37	39	40	2.57	64.17	Tinggi
Y.2.2	36	32	39	43	2.59	64.83	Tinggi
Y.2.3	36	33	41	40	2.57	64.17	Tinggi
Y.3.1	34	34	39	43	2.61	65.17	Tinggi
Y.3.2	35	41	38	36	2.50	62.50	Rendah
Y.3.3	38	35	37	40	2.53	63.17	Tinggi
Y.4.1	38	32	34	46	2.59	64.67	Tinggi
Y.4.2	34	39	41	36	2.53	63.17	Tinggi
Y.4.3	38	38	36	38	2.49	62.33	Rendah
Rata-Rata					5.07	126.81	Tinggi

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 menyajikan hasil analisis deskriptif untuk variabel *Financial Behavior* (perilaku keuangan). Secara umum, sebagian besar pernyataan berada dalam kategori “Tinggi”, dengan nilai rata-rata sebesar 2,57 dan persentase 64,18%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu generasi Z pengguna Shopee di Kota Depok, memiliki perilaku keuangan yang cukup baik dalam hal mengelola pengeluaran, mempertimbangkan keputusan finansial, serta melakukan perencanaan keuangan. Pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item Y3.1, yang berkaitan dengan kebiasaan merencanakan keuangan sebelum belanja, dengan nilai mean 2,61 dan persentase 65,17%. Sementara itu, item dengan nilai rata-rata terendah adalah Y1.2, yang menyangkut pertimbangan responden dalam berbelanja sesuai kebutuhan, dengan nilai mean 2,45 dan persentase 61,33%. Walaupun terdapat beberapa item dengan kategori “Rendah”,

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



secara keseluruhan hasil menunjukkan bahwa perilaku keuangan responden berada dalam kategori “Tinggi”. Penjelasan lebih lanjut untuk masing-masing item pernyataan akan dibahas pada bagian berikut:

- 1) Pernyataan Y.1.1 “Saya mempertimbangkan alasan seperti manfaat, harga, dan kualitas sebelum melakukan pembelian barang di Shopee..” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 38 orang (25,3%), Setuju sebanyak 35 orang (23,3%), Tidak Setuju sebanyak 38 orang (25,3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 39 orang (26%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,48 dan persentase 62.00%, tergolong kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden belum sepenuhnya menerapkan kebiasaan belanja yang terencana, khususnya dalam hal mempertimbangkan sebelum melakukan pembelian. Hal ini mengindikasikan perlunya peningkatan kesadaran akan pentingnya pengambilan keputusan finansial yang cermat dalam aktivitas belanja online.
- 2) Pernyataan Y.1.2 “Saya cenderung membeli barang di Shopee karena mengikuti tren, tertarik diskon, atau karena rekomendasi dari orang lain.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 38 orang (25,3%), Setuju sebanyak 31 orang (20,7%), Tidak Setuju sebanyak 42 orang (28%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 39 orang (26%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,45 dan persentase 61.33%, tergolong kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan yang cukup besar untuk melakukan pembelian karena pengaruh tren, diskon, atau rekomendasi orang lain, bukan atas dasar kebutuhan atau pertimbangan rasional. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian responden masih rentan terhadap faktor eksternal dalam pengambilan keputusan belanja.
- 3) Pernyataan Y.1.3 “Saya sering membeli produk di Shopee meskipun tidak terlalu dibutuhkan.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 43 orang (28,7%), Setuju sebanyak 30 orang (20%), Tidak Setuju sebanyak 41 orang (27,3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 36 orang (24%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,53 dan persentase 63.33%, tergolong kategori

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



“Tinggi”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung melakukan pembelian barang meskipun tidak terlalu dibutuhkan. Hal ini mencerminkan adanya perilaku konsumtif yang masih cukup tinggi, yang dapat berdampak negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi jika tidak disertai dengan kontrol diri yang baik.

- 4) Pernyataan Y.2.1 “Saya mengatur pengeluaran saat belanja online agar tidak melebihi anggaran yang sudah ditentukan..” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 40 orang (26,7%), Setuju sebanyak 39 orang (26%), Tidak Setuju sebanyak 37 orang (24,7%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 34 orang (22,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,57 dan persentase 64.17%, tergolong kategori “Tinggi”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa berusaha mengatur pengeluaran agar tidak melebihi anggaran yang telah ditentukan saat berbelanja online. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran dalam menjaga batas belanja dan kemampuan mengontrol keuangan.
- 5) Pernyataan Y.2.2 “Saya sering menunda pembelian karena mempertimbangkan keuangan untuk menghindari pengeluaran yang tidak perlu.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 43 orang (28,7%), Setuju sebanyak 39 orang (26%), Tidak Setuju sebanyak 32 orang (21,3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 36 orang (24%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,59 dan persentase 64.83%, tergolong kategori “Tinggi”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menunjukkan kecenderungan untuk menunda pembelian demi mempertimbangkan kondisi keuangan dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu yang mencerminkan adanya sikap hati-hati dalam mengelola keuangan, serta upaya untuk menghindari perilaku konsumtif.
- 6) Pernyataan Y.2.3 “Saya mengalokasikan dana khusus untuk belanja online.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 40 orang (26,7%), Setuju sebanyak 41 orang (27,3%), Tidak Setuju sebanyak 33 orang (22%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 36 orang (24%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



sebesar 2,57 dan persentase 64.17%, tergolong kategori “Tinggi”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan telah mengalokasikan dana khusus untuk belanja online, yang menunjukkan adanya kesadaran dalam mengatur keuangan secara terencana serta upaya menghindari penggunaan dana di luar anggaran yang telah ditetapkan.

- 7) Pernyataan Y.3.1 “Saya menyisihkan sebagian dari pendapatan untuk ditabung sebelum digunakan untuk belanja online.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 43 orang (28,7%), Setuju sebanyak 39 orang (26%), Tidak Setuju sebanyak 34 orang (22,7%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 34 orang (22,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,61 dan persentase 65.17%, tergolong kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian responden menyatakan menyisihkan pendapatan untuk ditabung terlebih dahulu, masih banyak yang belum menjadikan kegiatan menabung sebagai prioritas sebelum melakukan pembelanjaan. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran finansial, khususnya dalam mengutamakan menabung sebagai bagian dari pengelolaan keuangan yang sehat.
- 8) Pernyataan Y.3.2 “Saya lebih mengutamakan menabung atau berinvestasi untuk masa depan dibandingkan menghabiskan uang untuk belanja di platform *e-commerce*.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 36 orang (24%), Setuju sebanyak 38 orang (25,3%), Tidak Setuju sebanyak 41 orang (27,3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 35 orang (23,3%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,50 dan persentase 62.50%, tergolong kategori “Rendah”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden masih belum menjadikan menabung atau investasi untuk masa depan sebagai prioritas. Hal ini mencerminkan perlunya peningkatan literasi dan kesadaran finansial agar generasi muda lebih fokus pada tujuan keuangan jangka panjang.
- 9) Pernyataan Y.2.3 “Saya memiliki tabungan atau cadangan dana pribadi.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 40 orang (26,7%), Setuju sebanyak 37 orang (24,7%), Tidak Setuju sebanyak 35 orang (23,3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 38 orang (25,3%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



sebesar 2,53 dan persentase 63.17%, tergolong kategori “Tinggi”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat responden yang menyatakan memiliki tabungan, jumlah yang menyatakan tidak memiliki dana cadangan juga cukup besar. Hal ini mencerminkan bahwa belum semua responden memiliki kebiasaan menyisihkan dana untuk kebutuhan darurat. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya menyiapkan dana cadangan sebagai bentuk perlindungan finansial di masa depan.

- 10) Pernyataan Y.3.1 “Saya hanya menggunakan fitur PayLater untuk berbelanja di Shopee jika benar-benar diperlukan.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 46 orang (20.7%), Setuju sebanyak 34 orang (22,7%), Tidak Setuju sebanyak 32 orang (21,3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 38 orang (25,3%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,59 dan persentase 64.67%, tergolong kategori “Tinggi”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa menyatakan bahwa mereka hanya menggunakan *PayLater* jika benar-benar diperlukan, yang mencerminkan adanya kesadaran dan kehati-hatian dalam memanfaatkan fasilitas kredit digital. Hal ini menunjukkan bahwa responden cukup bijak dalam mengelola keuangan.
- 11) Pernyataan Y.3.2 “Saya biasanya melunasi hutang atau kewajiban keuangan terlebih dahulu sebelum membeli barang baru di Shopee.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 36 orang (24%), Setuju sebanyak 41 orang (27.3%), Tidak Setuju sebanyak 39 orang (26%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 34 orang (22,7%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,53 dan persentase 63.17%, tergolong kategori “Tinggi”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa menyatakan bahwa biasanya melunasi hutang atau kewajiban keuangan terlebih dahulu sebelum membeli barang baru. Hal ini mencerminkan adanya tanggung jawab finansial dan kesadaran dalam mengatur prioritas pengeluaran.
- 12) Pernyataan Y.3.3 “Saya memastikan bahwa saya mampu membayar sebelum menggunakan layanan Paylater di Shopee.” Responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 38 orang (25.3%), Setuju sebanyak 36 orang (24%), Tidak

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Setuju sebanyak 38 orang (25.3%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 38 orang (25,3%). Pernyataan ini memperoleh nilai mean sebesar 2,49 dan persentase 62.33%, tergolong kategori “Tinggi”. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun jumlah responden yang setuju dan tidak setuju hampir seimbang, sebagian besar tetap menunjukkan adanya kehati-hatian dengan memastikan kemampuan membayar sebelum menggunakan *PayLater*. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran finansial untuk menghindari risiko utang yang tidak terkendali.

4.3 Hasil Analisis Data

Setelah data dari 150 responden dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS versi 4.0. Dalam metode ini, analisis dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu model pengukuran (*outer model*) yang digunakan untuk menguji keandalan dan validitas indikator, serta model struktural (*inner model*) yang digunakan untuk melihat hubungan antar variabel dalam penelitian.

4.3.1 Hasil Analisis *Outer Model*

Tahap awal dalam analisis data adalah menguji sejauh mana setiap indikator dapat mewakili dan mengukur konstruk atau variabel laten secara tepat, konsisten, dan akurat. Pengujian ini dilakukan melalui analisis *outer model*, yang mencakup uji reliabilitas dan validitas.

a. Uji Reliabilitas

Menurut Supriadi & Artanti (2021:17), reliabilitas menunjukkan seberapa konsisten, stabil, dan dapat dipercaya dalam mengukur suatu konstruk. Dalam penelitian ini, reliabilitas konstruk diukur menggunakan tiga indikator utama, yaitu *Outer Loading*, *Cronbach's Alpha*, dan *Composite Reliability* (CR). Sebuah indikator dianggap reliabel jika nilai *Outer Loading* (λ) lebih dari 0,70, nilai *Cronbach's Alpha* (α) minimal 0,70, dan nilai *Composite Reliability* (CR) juga minimal 0,70. Selain itu, suatu konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang baik

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





apabila nilai *Average Variance Extracted* (AVE) lebih dari 0,50. Hasil lengkap pengujian reliabilitas dalam penelitian ini ditampilkan pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	λ	A	CR	AVE	Reliabilitas
Self-Control (X1)	X.1.1.1	0.877	0.953	0.960	0.725	Reliabel
	X.1.1.2	0.855				Reliabel
	X.1.1.3	0.861				Reliabel
	X.1.2.1	0.865				Reliabel
	X.1.2.2	0.845				Reliabel
	X.1.2.3	0.860				Reliabel
	X.1.3.1	0.850				Reliabel
	X.1.3.2	0.854				Reliabel
	X.1.3.3	0.796				Reliabel
Fear of Missing Out (X2)	X.1.1.1	0.875	0.938	0.951	0.764	Reliabel
	X.1.1.2	0.834				Reliabel
	X.1.2.3	0.905				Reliabel
	X.2.2.1	0.886				Reliabel
	X.2.2.2	0.892				Reliabel
	X.2.2.3	0.848				Reliabel
Financial Behavior (Y)	Y.1.1	0.846	0.960	0.965	0.694	Reliabel
	Y.1.2	0.841				Reliabel
	Y.1.3	0.820				Reliabel
	Y.2.1	0.817				Reliabel
	Y.2.2	0.825				Reliabel
	Y.2.3	0.843				Reliabel
	Y.3.1	0.826				Reliabel
	Y.3.2	0.843				Reliabel
	Y.3.3	0.833				Reliabel
	Y.4.1	0.845				Reliabel
	Y.4.2	0.817				Reliabel
	Y.4.3	0.839				Reliabel

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.7, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat reliabilitas. Hal ini terlihat dari nilai *outer loading* yang semuanya berada di atas 0,70, yang artinya setiap indikator mampu mengukur konstraknya secara konsisten dan tepat. Selain itu, nilai *Cronbach's Alpha* untuk ketiga variabel berkisar antara 0,938 hingga 0,960, dan nilai *Composite Reliability* (CR) berada di angka 0,951 hingga 0,965. Semua nilai ini melebihi standar minimum 0,70, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Sementara itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari ketiga variabel juga berada di atas 0,50, yang berarti variabel-

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

variabel tersebut mampu menjelaskan lebih dari separuh varian indikator-indikatornya. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah terbukti reliabel, sehingga seluruh indikator dapat dipercaya dalam mengukur konstruk masing-masing secara akurat (Supriadi & Artanti, 2021:17)

b. Uji Validitas

Setelah uji reliabilitas dinyatakan memenuhi kriteria, langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas. Menurut Supriadi & Artanti (2021:18) uji validitas bertujuan untuk melihat sejauh mana alat ukur benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur oleh konstruk tersebut secara tepat dan akurat. Salah satu pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). HTMT membandingkan seberapa kuat hubungan antar konstruk berbeda, dengan hubungan dalam konstruk yang sama Hasil uji validitas tersebut disajikan dalam tabel 4.8 berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas HTMT

	<i>Self-Control</i> (X1)	<i>Fear of Missing Out</i> (X2)	<i>Financial Behavior</i> (Y)
<i>Self-Control</i> (X1)	-	-	-
<i>Fear of Missing Out</i> (X2)	0.196	-	-
<i>Financial Behavior</i> (Y)	0.714	0.616	-

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa nilai HTMT antar konstruk berada di bawah angka 0,9. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk tidak terlalu tinggi, sehingga masing-masing konstruk dapat dibedakan dengan jelas satu sama lain. Dengan kata lain, *discriminant validity* melalui metode HTMT telah terpenuhi, yang berarti bahwa instrumen dalam penelitian ini sudah mampu mengukur setiap variabel dengan baik dan seluruh variabel penelitian dinyatakan valid.

4.3.2 Hasil Analisis *Inner Model* Tabel

Tahap terakhir dalam analisis data adalah mengevaluasi hubungan antar variabel laten yang terdapat dalam model penelitian. Evaluasi ini dilakukan melalui uji *inner model*. Dalam uji ini, dilakukan analisis terhadap beberapa hal penting, yaitu pengujian hipotesis, nilai *f-square*, dan nilai *r-square* untuk melihat seberapa kuat hubungan antar variabel dalam model yang diteliti.

a. Uji Hipotesis

Menurut Nuurramadhan dkk. (2024:34), uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *t-statistic* dan *p-value*. Uji t ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) secara terpisah. Hipotesis pada penelitian dapat dinyatakan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan jika nilai *t-statistic* lebih dari 1,96 dan *p-value* kurang dari 0,05 pada tingkat signifikansi 5%. Hasil pengujian hipotesis tersebut dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	β	Standard Deviation	T Statistics	P Value	Keterangan
<i>Self-Control</i> (X1) => <i>Financial Behavior</i> (Y)	0.592	0.043	13.618	0.000	Diterima
<i>Fear of Missing Out</i> (X2) => <i>Financial Behavior</i> (Y)	0.475	0.045	10.536	0.000	Diterima

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, dapat disimpulkan bahwa kedua hipotesis dalam penelitian ini diterima. Berikut penjelasannya:

- 1) Hipotesis 1 menyatakan bahwa *Self-Control* berpengaruh positif terhadap *Financial Behavior* pada Generasi Z pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Depok. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *p-value* sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.050) dan nilai *t-statistic* sebesar 13.618 (lebih besar dari 1.96). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *Self-Control* terhadap *Financial Behavior*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bersifat signifikan secara statistik. Selain itu, nilai koefisien jalur (β) sebesar 0.592 menunjukkan bahwa arah pengaruhnya positif. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat *Self-Control* yang dimiliki seseorang, maka semakin baik pula perilaku keuangannya. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini dapat dinyatakan diterima.

- 2) Hipotesis 2 menyatakan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) berpengaruh positif terhadap *Financial Behavior* pada Generasi Z pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Depok. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *p-value* sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.050) dan nilai *t-statistic* sebesar 10.536 (lebih besar dari 1.96). Ini berarti pengaruh antara kedua variabel tersebut signifikan secara statistik. Selain itu, nilai koefisien jalur (β) sebesar 0.475 menunjukkan adanya pengaruh positif. Artinya, semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan oleh seseorang, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap perilaku keuangan mereka. Dengan kata lain, dorongan untuk tidak ketinggalan terhadap tren dapat memengaruhi cara seseorang dalam mengelola dan menggunakan keuangannya. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) dinyatakan diterima.

b. Uji *F-Square*

Menurut Utami & Kussudyarsana (2024:8), *f-square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model struktural. Nilai ini menggambarkan seberapa besar kontribusi dari setiap variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Penilaian *f-square* dibagi menjadi tiga kategori, yaitu: 0,02 menunjukkan pengaruh kecil (*small effect*), 0,15 menunjukkan pengaruh sedang (*moderate effect*), dan 0,35 menunjukkan pengaruh besar atau kuat. Hasil pengujian *f-square* dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut:

Tabel 4. 10 Nilai *F-Square*

Hubungan Antar Variabel	<i>F-Square</i>	Keterangan
<i>Self-Control</i> (X1) => <i>Finacial Behavior</i> (Y)	1.072	Kuat
<i>Fear of Missing Out</i> (X2) => <i>Financial Behavior</i> (Y)	0.691	Kuat

Sumber : Data diolah, 2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan Tabel 4.10, dapat disimpulkan bahwa variabel *Self-Control* terhadap *Financial Behavior* memiliki nilai *f-square* sebesar 1.072, yang termasuk dalam kategori pengaruh kuat. Begitu pula dengan variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *Financial Behavior*, yang memiliki nilai *f-square* sebesar 0.691 dan juga masuk dalam kategori kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen memberikan pengaruh yang besar dalam menjelaskan perubahan pada perilaku keuangan responden. Namun, di antara keduanya, *Self-Control* memberikan kontribusi pengaruh yang lebih dominan dibandingkan *Fear of Missing Out*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan diri merupakan faktor yang sangat berpengaruh atau yang memberikan pengaruh relatif paling kuat dalam membentuk perilaku keuangan pada Generasi Z pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Depok.

c. R-Square

Menurut Jogiyanto dalam Hamid & Anwar (2019:43) Nilai R-Square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai ini menunjukkan seberapa besar proporsi variasi variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam suatu model untuk menentukan apakah variabel tersebut dianggap baik atau tidak.. Nilai *R-Square* dapat diinterpretasikan ke dalam tiga kategori, yaitu: $\geq 0,75$ menunjukkan pengaruh yang kuat (*substantial*), sekitar 0,50 menunjukkan pengaruh sedang (*moderate*), dan sekitar 0,25 menunjukkan pengaruh yang lemah (*weak*). Hasil pengujian *R-Square* dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.11 berikut:

Tabel 4. 11 Nilai R-Square

	R-Square Adjusted
<i>Financial Behavior</i> (Y)	0.681

Sumber : Data diolah, 2025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan Tabel 4.11, dapat diketahui bahwa nilai *R-square adjusted* untuk variabel *Financial Behavior* (Y) sebesar 0,681. Nilai ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kemampuan prediktif yang kuat, dimana 68,1% variabel *Financial Behavior* (Y) dapat dijelaskan oleh variabel *Self-Control* (X1) dan *Fear of Missing Out* (X2). Sementara itu, sisanya sebesar 31,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model yang tidak digunakan dan dianalisis dalam penelitian ini.

Nilai *R-square* yang *moderate* ini yang berarti bahwa hubungan antara konstruk dalam penelitian ini memiliki kemampuan prediksi yang cukup baik dalam menjelaskan variabel dependen yang diamati.

4.4 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Self-Control* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap *Financial Behavior* pada Generasi Z yang menggunakan *E-Commerce* Shopee di Kota Depok. Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan pendekatan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4.0. Hasil analisis ini memberikan informasi yang menjadi dasar dalam menguji hipotesis serta menjelaskan hubungan antara ketiga variabel dalam model penelitian.

Tabel 4. 12 Hasil Hipotesis Penelitian

No.	Hipotesis Penelitian	Hasil
1.	H1 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara <i>Self-Control</i> terhadap <i>Financial Behavior</i> pada Generasi Z pengguna <i>e-commerce</i> Shopee di Kota Depok	Diterima
2.	H2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) terhadap <i>Financial Behavior</i> pada Generasi Z pengguna <i>e-commerce</i> Shopee di Kota Depok	Diterima

Sumber : Data diolah, 2025

a. Pengaruh *Self-Control* (X1) terhadap *Financial Behavior* (Y) pada Generasi Z Pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Depok.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa *Self-Control* memiliki pengaruh positif signifikan, dan kuat terhadap *Financial Behavior*. Hasil pengujian

menunjukkan bahwa nilai *path coefficient* sebesar 0,592, dengan nilai *t-statistic* 13,618 dan *p-value* 0,000 ($< 0,05$) yang berarti hubungan antar variabel signifikan secara statistik. Artinya, semakin tinggi tingkat pengendalian diri yang dimiliki oleh individu, maka semakin baik pula perilaku keuangannya. Hasil ini menunjukkan bahwa individu yang mampu mengontrol perilaku, pikiran, serta pengambilan keputusan lebih cenderung bersikap bijak dalam mengelola pengeluaran, serta keputusan keuangan lainnya dalam konteks platform *e-commerce*. Selain itu, variabel *Self-Control* (X1) terhadap *Financial Behavior* (Y) memiliki nilai *F-Square* sebesar 1,072, yang mengindikasikan pengaruh dalam kategori kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku, pikiran, dan pengambilan keputusan secara efektif berperan signifikan dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jannah dkk. (2024:79) yang menunjukkan bahwa *self-control* memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat. Ketika seseorang memiliki *self-control* yang baik, mereka cenderung mampu mengambil keputusan keuangan yang bijak dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Konsep ini mencerminkan bagaimana pengendalian diri berperan dan membantu individu dalam mengatur serta menjaga stabilitas keuangan, sehingga perilaku keuangan yang terbentuk menjadi lebih sehat dan terencana.

Dalam penelitian ini, 61,33% responden menyatakan setuju bahwa kalimat dalam menahan keinginan untuk belanja agar bisa berpikir lebih matang sebelum mengambil keputusan. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kemampuan *self-control* yang cukup baik dalam menghadapi dorongan untuk melakukan pembelian secara impulsif. Meskipun tidak semua responden menunjukkan persetujuan penuh terhadap pernyataan tersebut, persentase yang tinggi dalam kategori setuju mengindikasikan bahwa pengendalian diri menjadi faktor penting dalam mengelola perilaku konsumsi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *self-control* memiliki peran signifikan dalam mendorong *financial behavior*, khususnya dalam konteks pengguna *e-commerce* shopee.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Semakin baik seseorang dalam mengendalikan diri, maka semakin besar kemampuannya untuk menahan keinginan membeli secara impulsif dan lebih mampu berpikir secara rasional sebelum mengambil keputusan keuangan.

b. Pengaruh *Fear of Missing Out* (X2) terhadap *Financial Behavior* (Y) pada Generasi Z Pengguna *E-Commerce* Shopee.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, *Fear of Missing Out* (FoMO) terbukti memiliki pengaruh positif, signifikan dan kuat terhadap *Financial Behavior*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *path coefficient* sebesar 0,475, nilai t-statistic sebesar 10,536, dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,050$), yang berarti hubungan antara kedua variabel ini signifikan secara statistik. Artinya, semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* yang dirasakan oleh individu, seperti dorongan untuk mengikuti tren atau kecemasan saat tertinggal informasi atau barang yang dimiliki orang lain, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap perilaku keuangan mereka. FoMO dapat mendorong individu untuk melakukan pengeluaran demi tetap merasa sama dengan lingkungannya, khususnya dalam konteks penggunaan *e-commerce*. Meskipun begitu, dorongan ini tidak selalu berdampak negatif, namun tetap perlu dikendalikan agar tidak menimbulkan perilaku keuangan yang impulsif atau konsumtif.

Berdasarkan nilai *f-square* sebesar 0,691, kekuatan pengaruh antara *fear of missing out* dan *financial behavior* tergolong dalam kategori kuat. Artinya, FoMO memberikan kontribusi dalam membentuk perilaku keuangan responden dan berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa *Fear of Missing Out* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Financial Behavior*. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azizah dkk. (2024:1749) yang menyebutkan bahwa FoMO mendorong seseorang untuk melakukan pengeluaran secara impulsif, karena mereka cenderung ingin mengikuti tren atau tidak mau ketinggalan pengalaman sosial bersama teman-temannya. Meskipun begitu, dorongan ini secara tidak langsung juga belajar untuk mengatur keuangan yang lebih baik. Dengan begitu, bisa membantu membantuk kebiasaan keuangan yang lebih bijak dan bertanggung jawab.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dalam penelitian ini, sebesar 62,67% responden menyatakan setuju bahwa kalimat dalam memiliki kebiasaan untuk mengikuti tren yang sedang ramai di media sosial. Hal ini mencerminkan adanya dorongan untuk tetap relevan dan terhubung dengan lingkungan sosial digital, yang merupakan salah satu ciri dari *Fear of Missing Out* (FoMO). Meskipun tidak seluruh responden menunjukkan persetujuan terhadap pernyataan tersebut, proporsi yang cukup besar pada kategori setuju mengindikasikan bahwa keinginan untuk selalu mengikuti perkembangan tren cukup kuat. Jika kebiasaan ini tidak disertai dengan kemampuan *self-control* yang baik, maka dapat mendorong perilaku konsumtif, terutama dalam konteks penggunaan platform *e-commerce*. Oleh karena itu, memahami pengaruh FoMO terhadap perilaku keuangan menjadi penting dalam upaya menciptakan kebiasaan finansial yang lebih baik.

c. Variabel yang lebih efektif dalam mempengaruhi *Financial Behavior*.

Berdasarkan hasil analisis nilai *f-square*, diketahui bahwa kedua variabel independen, yaitu *Self-Control* dan *Fear of Missing Out*, sama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel *Financial Behavior*. Namun demikian, terdapat perbedaan tingkat kekuatan efektivitas dari masing-masing variabel. Nilai *f-square* untuk hubungan antara *Self-Control* terhadap *financial behavior* adalah sebesar 1.072, yang termasuk dalam kategori kuat. Sementara itu, nilai *f-square* untuk hubungan antara *Fear of Missing Out* terhadap *Financial Behavior* tercatat sebesar 0.691, yang juga berada pada kategori kuat, namun lebih rendah dibandingkan pengaruh *Self-Control*. Akan tetapi, meskipun nilai *f-square* variabel *Fear of Missing Out* yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai *f-square* variabel *Self-Control*, nilai tersebut tetap memiliki pengaruh terhadap *Financial Behavior*. Perbedaan kekuatan pengaruh ini mempertegas bahwa *Self-Control* merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi *Financial Behavior*.

Efektivitas keduanya juga tercermin dari tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner. Salah satu indikator pada variabel *Self-Control* memperoleh tingkat persetujuan sebesar 61,33% dengan salah satu pernyataan dalam indikatornya yaitu adanya mengendalikan diri dari keinginan

untuk belanja agar bisa berpikir lebih matang sebelum mengambil keputusan, sedangkan salah satu pernyataan pada indikator *Fear of Missing Out* sebesar 62,67% dengan pernyataan bahwa seseorang yang memiliki kecenderungan atau kebiasaan untuk mengikuti tren yang sedang ramai di media sosial. Angka ini memperkuat bukti bahwa kedua variabel tersebut memiliki peran dalam mendorong seseorang dalam meningkatkan kesadaran terhadap pengaruh sosial digital agar lebih mampu berpikir secara rasional sebelum mengambil keputusan keuangan.

Temuan ini memiliki keterkaitan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitriani dkk. (2024:905) yang menyatakan bahwa *Financial Behavior* terbentuk melalui kemampuan dalam mengontrol dorongan untuk berbelanja serta tekanan sosial digital. Penelitian ini menyebutkan bahwa dorongan konsumtif, menyisihkan dana, dan membuat keputusan pembelian yang rasional selaras dengan konsep *self-control*, dimana dengan pengendalian diri yang baik maka akan cenderung membuat individu tidak impulsif dan lebih bijak dalam melakukan pembelian atau pengeluaran uang ketika berbelanja di *e-commerce* shopee. Di sisi lain, meskipun tidak secara eksplisit menyebutkan *fear of missing out*, peneliti menyoroti pentingnya dorongan sosial dan tekanan tren dalam memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z. Hal ini selaras dengan konsep FoMO karena individu cenderung melakukan pembelian berdasarkan tekanan sosial bukan atas dasar kebutuhan yang sebenarnya yang menyebabkan pengeluaran menjadi tidak terkendali dan akan berpengaruh terhadap *financial behavior*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun keduanya efektif, *self-control* memiliki pengaruh yang lebih efektif terhadap *financial behavior*, sehingga pengendalian diri yang baik dan bijak dalam pengambilan keputusan keuangan tetap menjadi faktor utama dalam membentuk perilaku konsumen dalam menggunakan platform *e-commerce* shopee.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

