ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol.5, No.11, Oktober 2026

Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Penggunaan *Paylater* Generasi Z: Tinjauan Literatur Sistematis

Wulan Indah Sari[1], Widyastuti[2], Haerani Nur[3]
[1]Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Makasssar, Indonesia
[2]Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Makasssar, Indonesia
[3]Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Makasssar, Indonesia
E-mail: wulanindahsari59@gmail.com[1], widyastuti@unm.ac.id[2], haerani.nur@unm.ac.id[3]

Article History:
Received: 29 Juli 2026
Revised: 20 September 2026
Accepted: 01 Oktober 2026

Keywords: *Gaya Hidup Hedonis, Paylater, Perilaku Konsumtif Generasi Z.*

Abstrak: *Penggunaan layanan paylater atau Buy Now, Pay Later (BNPL) meningkat pesat di kalangan Generasi Z di Indonesia seiring berkembangnya fintech dan e-commerce. Di balik kemudahannya, penggunaan paylater kerap didorong oleh gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya, bukan semata-mata kebutuhan finansial yang rasional. Penelitian ini bertujuan menganalisis secara sistematis pengaruh kedua faktor tersebut terhadap penggunaan paylater melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Kajian ini menelaah 24 artikel ilmiah periode 2017–2025 yang diperoleh dari berbagai basis data ilmiah bereputasi dan diseleksi berdasarkan kriteria inklusi serta eksklusi. Hasil sintesis menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis secara konsisten berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan, intensitas penggunaan paylater, serta perilaku konsumtif. Konformitas teman sebaya juga berpengaruh, baik secara langsung terhadap penggunaan paylater maupun tidak langsung melalui pembentukan gaya hidup hedonis. Selain itu, gengsi atau dorongan menunjukkan status sosial menjadi motif yang memperkuat kedua faktor tersebut. Namun, besarnya pengaruh masing-masing variabel bervariasi antarpenelitian sesuai karakteristik sampel, metode analisis, dan konteks penelitian. Kajian yang menguji pengaruh gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya secara simultan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan desain yang lebih komprehensif diperlukan untuk memperkaya pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan paylater pada Generasi Z di Indonesia.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan layanan *paylater* atau *Buy Now Pay Later* (BNPL) di Indonesia dalam beberapa

tahun terakhir menegaskan pergeseran signifikan dalam pola pembiayaan konsumsi generasi digital. Data survei Katadata Insight Center bersama OVO Financial mengenai persepsi dan motif penggunaan *paylater* pada Generasi Z dan milenial mengungkap bahwa mayoritas pengguna, sekitar 63,1%, memilih instrumen ini karena kemudahan dan kecepatan proses pengajuan, ditambah fleksibilitas skema pembayaran yang tidak mensyaratkan riwayat kredit maupun jaminan fisik sebagaimana kredit konvensional. Kemudahan struktural inilah yang menjadikan *paylater* sebagai instrumen finansial yang sangat kongruen dengan karakteristik Generasi Z, kelompok usia yang tumbuh dalam ekosistem digital dan terbiasa dengan pemenuhan kebutuhan secara instan.

Persoalan yang lebih substantif muncul ketika sejumlah kajian mengindikasikan bahwa keputusan menggunakan *paylater* tidak sepenuhnya berlandaskan pertimbangan finansial yang rasional, melainkan lebih banyak didorong oleh gaya hidup hedonis, yakni orientasi perilaku yang menempatkan pemuasan kesenangan dan kepuasan materiil sebagai tujuan utama dalam menjalani kehidupan. Hirschman dan Holbrook (1982) menjelaskan bahwa konsumsi hedonis melibatkan dimensi emosional dan pengalaman subjektif konsumen, seperti fantasi, kesenangan, dan rangsangan indrawi, yang seringkali mengesampingkan pertimbangan rasional dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Fenomena ini selaras dengan konsep konsumsi mencolok (*conspicuous consumption*) yang dikemukakan Veblen (1899), yang menegaskan bahwa konsumsi barang atau jasa tertentu kerap dilakukan bukan untuk memenuhi fungsi instrumentalnya, melainkan sebagai sarana menunjukkan status sosial dan gengsi di hadapan lingkungan.

Selain dimensi individual berupa hedonisme, faktor sosial berupa konformitas teman sebaya patut diduga turut berperan signifikan dalam mendorong penggunaan *paylater* di kalangan Generasi Z. Konformitas, sebagaimana dirumuskan dalam studi klasik Asch (1956), merupakan kecenderungan individu untuk menyelaraskan sikap, keyakinan, dan perilaku dengan norma kelompok, yang pada umumnya dilandasi oleh keinginan untuk diterima secara sosial atau menghindari tekanan dari lingkungan sebaya. Pada tahap perkembangan remaja akhir dan dewasa awal, kelompok teman sebaya menjadi salah satu sumber pengaruh paling dominan dalam pembentukan gaya hidup maupun pengambilan keputusan konsumsi, termasuk kecenderungan mengikuti tren belanja kelompok sekalipun kapasitas finansial individu yang bersangkutan terbatas (Sarwono, 2012).

Interaksi antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya pada dasarnya merepresentasikan fenomena yang lazim dikenal masyarakat dengan istilah gengsi, yaitu dorongan psikososial untuk tampil setara atau bahkan melampaui lingkungan sosialnya. Marpaung dan Rahma (2023) secara eksplisit menemukan bahwa gengsi (*prestige*) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumerisme Generasi Z, sebuah temuan yang selaras dengan berbagai kajian lain yang menunjukkan keterkaitan erat antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dalam mendorong perilaku konsumtif, termasuk dalam pemanfaatan skema pembayaran tunda seperti *paylater*.

Signifikansi persoalan ini terletak pada risiko finansial jangka panjang yang menyertainya: penggunaan *paylater* yang dilandasi oleh gengsi dan gaya hidup, alih-alih kebutuhan yang wajar, berpotensi menimbulkan penumpukan cicilan, gagal bayar, dan ketergantungan pada utang konsumtif yang sulit dikendalikan. Atas dasar urgensi tersebut, tinjauan literatur ini disusun untuk mengkaji secara sistematis bukti-bukti empiris mengenai peran gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya terhadap penggunaan layanan *paylater* pada Generasi Z, guna menghasilkan pemetaan yang lebih komprehensif atas pola hubungan antarvariabel tersebut sekaligus menjadi landasan bagi penelitian lanjutan dan perumusan intervensi edukasi keuangan yang lebih tepat sasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang dengan metodologi tinjauan literatur sistematis (*Systematic Literature Review*) yang bertujuan mengumpulkan, menelaah, dan mengevaluasi secara kritis temuan-temuan penelitian kuantitatif yang relevan dengan fokus kajian yang telah ditetapkan. Proses seleksi dan penilaian kelayakan sumber data mengacu pada pendekatan SPIDER sebagaimana direkomendasikan oleh Methley, Campbell, Chew-Graham, McNair, dan Radcliffe (2014), yang dipilih karena kesesuaiannya dengan karakteristik kajian berbasis fenomena sosial-perilaku. SPIDER merupakan akronim dari Sampel (*Sample*), Fenomena yang Menjadi Perhatian (*Phenomenon of Interest*), Desain Penelitian (*Design*), Aspek yang Dinilai (*Evaluation*), dan Jenis Penelitian (*Research Type*), lima komponen yang secara sistematis memandu proses penyaringan artikel agar selaras dengan tujuan penelitian.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah artikel-artikel yang menelaah mahasiswa Generasi Z sebagai pengguna aktif layanan *paylater* maupun *platform e-commerce* yang menyediakan fitur pembayaran tunda. Fenomena sentral yang menjadi fokus kajian adalah gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya sebagai determinan penggunaan, intensitas, maupun perilaku konsumtif yang menyertai pemanfaatan *paylater*. Untuk menjaga konsistensi metodologis, desain penelitian yang ditelaah dibatasi pada pendekatan kuantitatif, baik yang menggunakan analisis regresi linear berganda maupun pemodelan persamaan struktural berbasis varian (PLS-SEM), dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner berskala Likert yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya.

Aspek yang dievaluasi mencakup penggunaan, intensitas, minat, maupun keputusan penggunaan *paylater*, serta perilaku konsumtif dan pembelian impulsif yang lazim menyertainya, dengan gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya diposisikan sebagai variabel bebas utama. Jenis penelitian yang dipilih dibatasi pada studi kuantitatif korelasional maupun kausal, dengan pertimbangan bahwa desain tersebut memungkinkan diperolehnya gambaran yang lebih konsisten mengenai kekuatan dan arah hubungan antarvariabel yang dikaji.

Proses seleksi artikel mengacu pada lima kriteria inklusi, yaitu: (1) artikel diterbitkan dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris; (2) rentang waktu publikasi antara tahun 2017 hingga 2025; (3) memuat salah satu atau kedua variabel utama, yaitu gaya hidup hedonis dan/atau konformitas teman sebaya, dalam kaitannya dengan penggunaan *paylater*, perilaku konsumtif, atau pembelian impulsif; (4) subjek penelitian merupakan mahasiswa, Generasi Z, atau kelompok usia muda pengguna layanan digital; serta (5) artikel tersedia secara utuh dan dapat diakses melalui basis data ilmiah bereputasi seperti Google Scholar, SINTA, Garuda, DOAJ, dan ResearchGate. Sebaliknya, artikel yang tidak memenuhi kriteria tersebut, misalnya kajian kualitatif deskriptif tanpa pengujian statistik atau artikel yang tidak dapat diakses secara penuh, dikeluarkan dari analisis melalui penerapan kriteria eksklusi. Melalui prosedur penelusuran dan penyaringan berjenjang tersebut, diperoleh 24 artikel yang memenuhi syarat kelayakan untuk dianalisis lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelusuran sumber ilmiah pada basis data *Google Scholar, SINTA, Garuda, DOAJ*, dan *ResearchGate* menghasilkan 24 artikel yang memenuhi kriteria keikutsertaan yang telah ditetapkan, dengan sebaran publikasi yang cukup merata sepanjang rentang tahun 2017 hingga 2025. Karakteristik metodologis, konteks sampel, dan temuan utama dari keseluruhan artikel tersebut dirangkum secara komprehensif pada Tabel 1 berikut, sebagai basis empiris bagi sintesis dan pembahasan kritis pada bagian selanjutnya.

Tabel 1. Karakteristik Artikel yang Dianalisa

No	Nama Penulis	Tahun	Judul Penelitian	Temuan Penelitian
1	Sholikhah, M., & Dhania, D. R.	2017	Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Pembelian Impulsif Universitas Muria Kudus	Terdapat hubungan yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya secara bersama-sama dengan perilaku pembelian impulsif (r=0,609; p=0,000; p<0,01) pada customer remaja putri (n=80).
2	Sukarno, N. F., & Indrawati, E. S.	2018	Hubungan Konformitas Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis pada Siswa di SMA PL Don Bosko Semarang	Terdapat hubungan positif dan signifikan antara konformitas teman sebaya dengan gaya hidup hedonis. Konformitas teman sebaya memberikan sumbangan efektif sebesar 19% terhadap gaya hidup hedonis siswa.
3	Subagyo, S. E. F., & Dwiridotjahjono, J.	2021	Pengaruh Iklan, Konformitas dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee di Kota Mojokerto	Iklan, konformitas, dan gaya hidup hedonis masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (n=100); secara simultan ketiga variabel juga berpengaruh signifikan.
4	Aminah, S.	2022	Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater di DKI Jakarta	Konformitas (koefisien 0,239), gaya hidup (0,387), dan kontrol diri (0,358) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater (n=100, SmartPLS 4.0).
5	Marpaung, K., & Rahma, T. I. F.	2023	Pengaruh Gengsi, Diskon, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumerisme Generasi Z di Kalangan Mahasiswa Manajemen	Gengsi (prestige), diskon, dan literasi keuangan terbukti memengaruhi perilaku konsumerisme Generasi Z pada mahasiswa manajemen (n=278, analisis jalur SmartPLS).
6	Prasinta, F. I., Wiyono, G., & Maulida, A.	2023	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z	Mengkaji keterkaitan literasi keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z, dengan gaya hidup menjadi salah satu variabel penjelas utama.
7	Maharani, N. I., Arsa, & Noor, F. S.	2023	Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup, dan Pengaruh Sosial	Menelaah peran kepercayaan, gaya hidup,

			Terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi	dan pengaruh sosial (termasuk tekanan kelompok sebaya) sebagai determinan minat mahasiswa menggunakan Shopee PayLater.
8	Sa'idah, I., Wahyuningrum, S. R., Fakhriyani, D. V., & Aisa, A.	2024	Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa: Bagaimana Kontribusi Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya?	Kontrol diri (sig.=0,000) dan konformitas teman sebaya (sig.=0,001) masing-masing berpengaruh terhadap gaya hidup hedonis; secara simultan kedua variabel berkontribusi sebesar 42,7% (n=137).
9	Nugrahanti, Y. W., Rita, M. R., Restuti, M. D., & Hadiluwarso, M. A.	2024	The Usage of Paylater Among College Students: The Role of Self-Control, Hedonistic Conformity, and Family Financial Education	Konformitas hedonis (hedonistic conformity) terbukti berpengaruh positif terhadap penggunaan Paylater, sedangkan edukasi keuangan keluarga berpengaruh negatif; toleransi risiko keuangan memoderasi jalur konformitas hedonis (n=117, PLS).
10	Prasetyani, A., Mustika, M. D., Sjabadhyni, B., Adira, N., Dali, N. R. S. B. M., & Nandan, M.	2024	Unlocking Paylater Preferences: Exploring Gen Z's Trust Dynamics in Indonesia and Malaysia	Persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan Paylater, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan justru berpengaruh negatif, konsisten pada sampel Indonesia (n=500) maupun Malaysia (n=165).
11	Srilestari, P. P., & Santoso, R.	2024	Pengaruh Penggunaan PayLater, Gaya Hidup Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Online Shopee pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Penggunaan PayLater, gaya hidup hedonis, dan promosi penjualan masing-masing dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, dengan koefisien determinasi sebesar 87,6%.
12	Prajogo, U., Chairil Putri, D. A., & Andiani, L.	2024	The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Hedonism on the Use of Shopee PayLater Amongst Students	Menguji peran literasi keuangan, gaya hidup, dan hedonisme terhadap penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa aktif (n=88), dengan gaya hidup dan hedonisme menjadi sorotan utama pembahasan.
13	Susanto, I., Mukri, M., Bahrudin, M., & Faisal, F.	2024	The Influence of Lifestyle and Trust in the Use of Shopee Paylater Services on Consumer	Gaya hidup dan kepercayaan masing-masing maupun bersama-

			Behavior in the Maqashid Sharia Perspective	sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen pengguna Shopee PayLater (n=84 mahasiswa).
14	Leonita, D., & Wulandari, S.	2024	Pengaruh Fitur Shopee PayLater, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee	Fitur Shopee PayLater, literasi keuangan, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online (n=100, simple random sampling).
15	Kamil, I., Ariani, M., & Irawan, I. A.	2024	The Influence of Lifestyle and Financial Literacy on Online PayLater System and Its Impact on Spending Behavior	Mengkaji bagaimana gaya hidup dan literasi keuangan membentuk pola penggunaan sistem PayLater daring serta dampaknya terhadap perilaku belanja pengguna.
16	Restike, K. P., Presasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K.	2024	Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z	Menelaah kontribusi literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, dan gaya hidup terhadap pola penggunaan Shopee PayLater di kalangan Generasi Z.
17	Dewi, S. Y.	2025	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Intensitas Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Penerima KIP-K di International Women University (IWU) Kota Bandung	Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan (koef.=-0,448; sig.=0,000), sedangkan gaya hidup hedonis berpengaruh positif signifikan (koef.=0,124; t=2,726; sig.=0,008); simultan F=75,395 (sig.=0,000), R^2=60% (n=100).
18	Priyadi, S., & Rinawati, A.	2025	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Penggunaan Fitur PayLater pada Mahasiswa	Menganalisis peran literasi keuangan dan gaya hidup hedonisme terhadap pola penggunaan fitur PayLater, dengan gaya hidup hedonis diidentifikasi sebagai salah satu faktor pendorong penggunaan layanan tersebut.
19	Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M.	2025	Fenomena Paylater di Kalangan Mahasiswa: Gaya Hidup, Sosial, dan Motivasi Hedonisme sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif	Gaya hidup, pengaruh sosial, dan motivasi hedonisme masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater (n=400, regresi berganda)
20	Salsabilla, S., &	2025	Pengaruh Literasi Keuangan,	Mengkaji peran literasi

	Wicaksono, C. A.		Gaya Hidup Hedonis, dan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen-Z	keuangan, gaya hidup hedonis, dan kontrol diri secara bersama-sama dalam menjelaskan perilaku konsumtif Generasi Z.
21	Siregar, R. S.	2025	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Shopee Paylater	Literasi keuangan dan gaya hidup hedonisme masing-masing berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna Shopee PayLater, baik secara parsial maupun simultan (n=100).
22	Kusumasari, I. R., & Kusuma, Y. B.	2025	The Influence of Conformity, Brand Image and Hedonic Life Style on Consumer Behavior and Consumer Loyalty of Shopee E-Commerce Users in the City of Surabaya	Menguji peran konformitas, citra merek, dan gaya hidup hedonis secara bersama-sama terhadap perilaku dan loyalitas konsumen pengguna e-commerce Shopee.
23	Yanti, N.	2025	The Influence of Lifestyle and Paylater Usage on Consumption Behavior: A Review of Islamic Economics (Case Study of Generation Z in Medan City)	Gaya hidup dan penggunaan PayLater masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Generasi Z pengguna e-commerce Muslim di Kota Medan (n=120, regresi berganda).
24	Mortiga, A. S. S., & Guerrero, J. L. A.	2025	The Impact of Using Paylater Platforms on the Impulsive Spending Behavior of Young Professionals in General Santos City	Ditemukan hubungan positif rendah antara penggunaan Paylater dengan perilaku belanja impulsif (r=0,382) dan hubungan positif moderat antara faktor sosio-ekonomi dengan perilaku belanja impulsif (r=0,417) pada profesional muda (n=150).

Sintesis atas 24 artikel yang dikaji menghasilkan satu benang merah yang cukup meyakinkan: gaya hidup hedonis secara konsisten berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan, intensitas, maupun keputusan penggunaan layanan *paylater*, serta terhadap perilaku konsumtif dan pembelian impulsif yang menyertainya. Pola ini tidak hanya berulang pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di berbagai kota (Dewi, 2025; Srilestari & Santoso, 2024), tetapi juga pada konteks yang secara sosial-budaya berbeda, seperti mahasiswa Muslim pengguna *e-commerce* di Kota Medan (Yanti, 2025) dan mahasiswa penerima bantuan pendidikan (Dewi, 2025), yang mengindikasikan bahwa mekanisme hedonis-konsumtif ini relatif tidak sensitif terhadap perbedaan latar belakang sosial-ekonomi subjek. Dengan kata lain, semakin tinggi orientasi hedonis seorang individu Generasi Z, yaitu semakin besar kecenderungannya pada pemenuhan kesenangan dan kepuasan sesaat, semakin besar pula kecenderungannya memanfaatkan *paylater* sebagai instrumen untuk merealisasikan keinginan tersebut (Dewi, 2025; Srilestari & Santoso, 2024; Darsono, Rizarda, & Johari, 2025). Konsistensi temuan lintas metode

analisis, baik regresi linear berganda maupun PLS-SEM, memperkuat argumen bahwa hubungan ini bukan sekadar artefak statistik satu desain penelitian tunggal, melainkan pola perilaku yang cukup robust untuk dijadikan dasar teoretis maupun praktis dalam merumuskan intervensi edukasi keuangan.

Peran konformitas teman sebaya tidak kalah penting, meskipun sifat pengaruhnya lebih kompleks dibandingkan gaya hidup hedonis karena dapat bekerja melalui dua jalur yang berbeda: secara langsung terhadap penggunaan *paylater*, atau secara tidak langsung melalui pembentukan gaya hidup hedonis terlebih dahulu. Nugrahanti, Rita, Restuti, dan Hadiluwarso (2024) memberikan bukti untuk jalur pertama, yaitu konformitas hedonis, penggabungan konsep konformitas dan orientasi hedonis, yang berpengaruh positif terhadap penggunaan *paylater* pada mahasiswa. Sementara itu, Sa'idah, Wahyuningrum, Fakhriyani, dan Aisa (2024) serta Sukarno dan Indrawati (2018) memberikan dukungan bagi jalur kedua, dengan menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya secara signifikan turut membentuk gaya hidup hedonis. Sholikhah dan Dhania (2017) melengkapi gambaran ini dengan menegaskan bahwa gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya secara simultan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan perilaku pembelian impulsif (r=0,609). Sayangnya, belum satu pun kajian dalam korpus yang dianalisis ini menguji kedua jalur tersebut sekaligus dalam satu model mediasi yang utuh, sehingga proporsi pengaruh langsung konformitas terhadap penggunaan *paylater* dibandingkan pengaruh yang dimediasi oleh gaya hidup hedonis masih belum dapat dipastikan secara empiris.

Temuan yang secara konseptual paling penting untuk disoroti adalah pengangkatan gengsi sebagai variabel yang mendasari kedua fenomena tersebut. Marpaung dan Rahma (2023) menemukan bahwa gengsi (*prestige*) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumerisme Generasi Z, sebuah temuan yang secara teoretis konsisten dengan konsep konsumsi mencolok (*conspicuous consumption*) Veblen (1899): konsumsi dilakukan bukan untuk memenuhi kebutuhan fungsional, melainkan untuk menampilkan status sosial di hadapan lingkungan. Membaca gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya melalui lensa gengsi memungkinkan keduanya dipahami sebagai satu konstruk psikososial yang sama, yang hanya berbeda pada sumber dorongannya: hedonisme bersumber dari dalam diri individu, sedangkan konformitas bersumber dari tekanan kelompok rujukan. Namun demikian, perlu dicatat secara kritis bahwa hanya satu dari 24 artikel yang dikaji mengoperasionalkan gengsi sebagai variabel eksplisit; mayoritas kajian lain mengasumsikan keterkaitan tersebut secara implisit melalui item-item kuesioner hedonisme atau konformitas, sehingga kontribusi unik gengsi sebagai konstruk tersendiri terhadap penggunaan *paylater* masih memerlukan pembuktian empiris lebih lanjut.

Determinan gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya juga tidak berdiri sendiri, melainkan berinteraksi dengan sejumlah variabel lain yang arah pengaruhnya justru berlawanan. Literasi keuangan, misalnya, secara konsisten terbukti berpengaruh negatif terhadap penggunaan *paylater* (Dewi, 2025; Priyadi & Rinawati, 2025), demikian pula kontrol diri yang berperan menekan perilaku konsumtif (Aminah, 2022; Sa'idah dkk., 2024). Sebaliknya, kepercayaan dan persepsi manfaat terhadap layanan digital justru mendorong niat penggunaan, meskipun persepsi kemudahan penggunaan pada sebagian kajian justru berpengaruh negatif, sebuah anomali yang mengindikasikan bahwa kemudahan akses yang berlebihan berpotensi memicu kekhawatiran pengguna terhadap risiko penyalahgunaan (Prasetyani, Mustika, Sjabadhyni, Adira, Dali, & Nandan, 2024). Konfigurasi temuan yang saling berlawanan arah ini menegaskan bahwa penggunaan *paylater* pada Generasi Z merupakan hasil tarik-menarik antara dorongan psikososial, yaitu hedonisme, konformitas, dan gengsi, dengan faktor penahan yang lebih rasional, yaitu literasi keuangan dan kontrol diri. Meskipun demikian, gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya

tetap menjadi dua determinan yang paling konsisten muncul lintas konteks penelitian, baik pada mahasiswa pengguna *e-commerce* di Indonesia maupun kelompok usia muda di negara lain seperti Filipina (Mortiga & Guerrero, 2025).

Konsistensi arah pengaruh yang ditemukan tidak serta-merta berarti besaran pengaruhnya seragam; sebaliknya, kekuatan hubungan antarvariabel menunjukkan rentang yang cukup lebar antarpenelitian. Pada satu titik ekstrem, hubungan gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif remaja putri mencapai r=0,609 (Sholikhah & Dhania, 2017), sementara pada titik lain, kontribusi gaya hidup hedonis terhadap intensitas penggunaan *paylater* pada mahasiswa penerima KIP-K hanya sebesar koefisien 0,124 meskipun tetap signifikan secara statistik (Dewi, 2025). Rentang variasi sebesar ini sulit dijelaskan semata oleh perbedaan alat ukur, dan lebih mungkin mencerminkan interaksi antara karakteristik sampel, mahasiswa umum, penerima bantuan pendidikan, maupun profesional muda, metode analisis yang digunakan, regresi berganda maupun PLS-SEM, serta konteks sosial-ekonomi dan budaya lokasi penelitian. Implikasinya, generalisasi besaran pengaruh gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya lintas populasi Generasi Z perlu dilakukan dengan kehati-hatian, dan idealnya didukung oleh studimeta-analisis kuantitatif yang secara formal menghitung ukuran efek gabungan (*pooled effect size*).

Di balik konsistensi arah temuan tersebut, penelusuran literatur ini juga mengungkap tiga keterbatasan metodologis yang cukup mendasar dan berpotensi membatasi kekokohan kesimpulan yang dapat ditarik. Pertama, seluruh 24 artikel yang dikaji menggunakan desain *cross-sectional*, sehingga hubungan yang dilaporkan sepenuhnya bersifat korelasional dan tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan arah kausalitas secara longitudinal; klaim bahwa hedonisme mendorong penggunaan *paylater*, misalnya, secara metodologis belum sepenuhnya terbukti. Kedua, model yang menguji gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya secara simultan sebagai determinan tunggal terhadap penggunaan *paylater* nyaris tidak ditemukan; mayoritas kajian justru memasangkan salah satu dari kedua variabel tersebut dengan literasi keuangan atau kontrol diri, sehingga interaksi langsung antara hedonisme dan konformitas terhadap *paylater* lebih banyak disimpulkan secara inferensial dari temuan-temuan terpisah, bukan diuji secara langsung dalam satu model. Ketiga, pengujian peran mediasi, yaitu apakah konformitas teman sebaya memengaruhi penggunaan *paylater* melalui pembentukan gaya hidup hedonis terlebih dahulu, hampir tidak dijumpai secara eksplisit, sehingga mekanisme kausal di balik hubungan antarvariabel tersebut masih berupa dugaan teoretis yang belum teruji secara statistik.

Bertolak dari ketiga keterbatasan tersebut, penelitian mendatang perlu secara langsung menguji model yang mengintegrasikan gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya sebagai determinan simultan terhadap penggunaan layanan *paylater* pada Generasi Z, disertai pengujian eksplisit terhadap peran mediasi gaya hidup hedonis dalam jalur pengaruh konformitas teman sebaya. Penerapan desain longitudinal, perluasan sampel lintas kota dan lintas platform *paylater*, serta pertimbangan meta-analisis kuantitatif untuk mengestimasi ukuran efek gabungan menjadi agenda riset yang mendesak, agar temuan dapat digeneralisasi secara lebih meyakinkan dan memberikan landasan empiris yang lebih kokoh bagi pengembangan program edukasi keuangan serta kebijakan perlindungan konsumen muda.

KESIMPULAN

Tinjauan literatur sistematis terhadap 24 artikel menggambarkan bahwa gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya merupakan dua determinan yang secara konsisten berperan dalam mendorong penggunaan layanan *paylater* pada Generasi Z, baik secara langsung maupun melalui

perilaku konsumtif dan pembelian impulsif yang menyertainya. Gaya hidup hedonis, yang berorientasi pada kesenangan dan pemuasan materi, secara umum berpengaruh positif terhadap intensitas dan keputusan penggunaan *paylater*, sementara konformitas teman sebaya turut memperkuat kecenderungan tersebut, baik secara langsung maupun melalui pembentukan gaya hidup hedonis itu sendiri. Kedua fenomena ini pada dasarnya merepresentasikan dorongan gengsi, yaitu kebutuhan untuk tampil setara atau lebih baik di hadapan lingkungan sosial, sebagaimana ditegaskan oleh kajian yang secara eksplisit mengangkat variabel gengsi sebagai prediktor perilaku konsumerisme Generasi Z.

Di sisi lain, rangkuman hasil kajian juga memperlihatkan bahwa penggunaan *paylater* tidak dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan berinteraksi dengan literasi keuangan, kontrol diri, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan layanan digital. Karena itu, upaya mitigasi risiko keuangan akibat penggunaan *paylater* yang berlebihan perlu mempertimbangkan aspek psikososial berupa gaya hidup dan tekanan sosial kelompok sebaya, tidak semata-mata aspek literasi keuangan semata.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji secara langsung model yang menggabungkan gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya sebagai determinan simultan penggunaan *paylater*, disertai pengujian peran mediasi dan moderasi serta desain penelitian yang lebih beragam, termasuk pendekatan longitudinal. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar yang lebih kuat bagi pengembangan program edukasi literasi keuangan digital yang menyasar aspek psikologis dan sosial penggunaan *paylater* di kalangan Generasi Z.

DAFTAR REFERENSI

Aminah, S. (2022). *Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater di DKI Jakarta* (Skripsi). Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, 70(9), 1-70.

Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670-676.

Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena Paylater di Kalangan Mahasiswa: Gaya Hidup, Sosial, dan Motivasi Hedonisme sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 125-138. https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26015

Dewi, S. Y. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Intensitas Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Penerima KIP-K di International Women University (IWU) Kota Bandung. *JPNM: Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin*, 3(2), 1-12. https://doi.org/10.59945/jpnm.v3i2.544

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2010). *Consumer Behavior (8th ed.*). Orlando: The Dryden Press.

Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92-101.

Kamil, I., Ariani, M., & Irawan, I. A. (2024). The Influence of Lifestyle and Financial Literacy on Online PayLater System and Its Impact on Spending Behavior. *Journal of Economics and Business Letters*, 4(2), 51-62. https://doi.org/10.55942/jebl.v4i2.285.

Katadata Insight Center, & OVO Financial. (2024). *Persepsi dan Motif Penggunaan PayLater di Kalangan Generasi Z dan Milenial*. Jakarta: Katadata Insight Center.

Kusumasari, I. R., & Kusuma, Y. B. (2025). The Influence of Conformity, Brand Image and

Hedonic Life Style on Consumer Behavior and Consumer Loyalty of Shopee E-Commerce Users in the City of Surabaya. *International Journal of Science and Society*, 7(1), 298-308. https://doi.org/10.54783/ijsoc.v7i1.974.

Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Fitur Shopee PayLater, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(2), 554-566. https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657.

Maharani, N. I., Arsa, & Noor, F. S. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Marpaung, K., & Rahma, T. I. F. (2023). Pengaruh Gengsi, Diskon, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumerisme Generasi Z di Kalangan Mahasiswa Manajemen. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 8-23. https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.182.

Methley, A. M., Campbell, S., Chew-Graham, C., McNair, R., & Radcliffe, L. (2014). PICO, PICOS and SPIDER: A comparison study of specificity and sensitivity in three search tools for qualitative systematic reviews. *BMC Health Services Research*, 14, 579.

Mortiga, A. S. S., & Guerrero, J. L. A. (2025). The Impact of Using Paylater Platforms on the Impulsive Spending Behavior of Young Professionals in General Santos City. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(5), 5109-5115.

Nugrahanti, Y. W., Rita, M. R., Restuti, M. D., & Hadiluwarso, M. A. (2024). The Usage of Paylater Among College Students: The Role of Self-Control, Hedonistic Conformity, and Family Financial Education. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 366-386. https://doi.org/10.18196/mb.v15i2.23456.

Prajogo, U., Chairil Putri, D. A., & Andiani, L. (2024). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Hedonism on the Use of Shopee PayLater Amongst Students. *Journal of Applied Business and Banking (JABB*), 5(2).

Prasetyani, A., Mustika, M. D., Sjabadhyni, B., Adira, N., Dali, N. R. S. B. M., & Nandan, M. (2024). Unlocking Paylater Preferences: Exploring Gen Z's Trust Dynamics in Indonesia and Malaysia*. Cogent Psychology*, 11(1). https://doi.org/10.1080/23311908.2024.2352962.

Prasinta, F. I., Wiyono, G., & Maulida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah,* 5(6), 3028-3038. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2703.

Priyadi, S., & Rinawati, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Penggunaan Fitur PayLater pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(1).

Restike, K. P., Presasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(1), 100-113. https://doi.org/10.24167/jab.v22i1.11609.

Sa'idah, I., Wahyuningrum, S. R., Fakhriyani, D. V., & Aisa, A. (2024). Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa: Bagaimana Kontribusi Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya? Edu *Consilium: Jurnal Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam*, 5(2), 48-60. https://doi.org/10.19105/ec.v5i2.15056.

Salsabilla, S., & Wicaksono, C. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen-Z. *Efektor*, 12(1), 87-101. https://doi.org/10.29407/e.v12i1.25133.

Sarwono, S. W. (2012). Psikologi Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.

Siregar, R. S. (2025*). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Shopee Paylater* (Skripsi). UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Srilestari, P. P., & Santoso, R. (2024). Pengaruh Penggunaan PayLater, Gaya Hidup Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Online Shopee pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 4(7), 145-158. https://doi.org/10.8734/musytari.v4i7.2586.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sukarno, N. F., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Konformitas Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis pada Siswa di SMA PL Don Bosko Semarang. *Jurnal Empati*, 7(2), 314-320.

Susanto, I., Mukri, M., Bahrudin, M., & Faisal, F. (2024). The Influence of Lifestyle and Trust in the Use of Shopee Paylater Services on Consumer Behavior in the Maqashid Sharia Perspective. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1). https://doi.org/10.24090/ej.v12i1.10961.

Veblen, T. (1899). The Theory of the Leisure Class. New York: Macmillan.

Yanti, N. (2025). The Influence of Lifestyle and Paylater Usage on Consumption Behavior: A Review of Islamic Economics (Case Study of Generation Z in Medan City). Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE).