

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, *MENTAL ACCOUNTING*, MOTIVASI, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PERILAKU KEHATI-HATIAN *PAYLATER*

ALVINA HANAZENIRA



**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

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

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Mental Accounting*, Motivasi, dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Kehati-hatian *Paylater*” adalah karya saya dengan arahan dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Alvina Hanazenira
NIM. I2401211004

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



ABSTRAK

ALVINA HANAZENIRA. Pengaruh literasi keuangan digital, *mental accounting*, motivasi, dan promosi penjualan terhadap perilaku kehati-hatian *paylater*. Dibimbing oleh IRNI RAHMAYANI JOHAN.

Kemudahan *paylater* membuat masyarakat tertarik menggunakan *paylater* untuk mencapai tujuannya, padahal menggunakan *paylater* juga dapat memberikan risiko kepada masyarakat yang menggunakannya. Penelitian ini melibatkan responden dengan kriteria generasi milenial serta pernah atau sedang menggunakan *paylater* di Indonesia yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital, *mental accounting*, motivasi, dan promosi penjualan terhadap perilaku kehati-hatian *paylater*. Data diperoleh melalui pengisian kuesioner secara *online* menggunakan Google Form. Analisis data yang digunakan, yaitu analisis deskriptif, uji korelasi, dan analisis Structural Equation Modeling (SEM). Uji korelasi menunjukkan hubungan positif signifikan antara usia dengan literasi keuangan digital dan perilaku kehati-hatian *paylater*, domisili dengan literasi keuangan digital, pendapatan dengan *mental accounting*, serta hubungan negatif signifikan antara usia dengan motivasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan digital, *mental accounting*, motivasi dapat menjadi faktor yang memengaruhi perilaku kehati-hatian *paylater*. Literasi keuangan digital memiliki pengaruh tidak langsung terhadap perilaku kehati-hatian *paylater* melalui motivasi. Promosi penjualan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap perilaku kehati-hatian *paylater* melalui motivasi.

Kata kunci: literasi keuangan digital, *mental accounting*, motivasi, promosi penjualan, perilaku kehati-hatian *paylater*

ABSTRACT

ALVINA HANAZENIRA. The influence of digital financial literacy, *mental accounting*, motivation, and sales promotion on *paylater* precautionary behavior. Supervised by IRNI RAHMAYANI JOHAN.

The ease of *paylater* makes people interested in using *paylater* to achieve their goals, even though using *paylater* can also provide risks to the people who use it. This study involved respondents with millennial generation criteria and have used or are using *paylater* in Indonesia which aims to analyze the effect of digital financial literacy, *mental accounting*, motivation, and sales promotion on *paylater* precautionary behavior. Data obtained through online questionnaires using Google Form. The data analysis used descriptive analysis, correlation test, and Structural Equation Modeling (SEM) analysis. The correlation test indicates a significant positive correlation between age with digital financial literacy and *paylater* precautionary behavior, domicile with digital financial literacy, income with *mental accounting*, and a significant negative correlation between age and motivation. This study indicates that digital financial literacy, *mental accounting*, and motivation can

be factors that influence *paylater* precautionary behavior. Digital financial literacy has an indirect influence on *paylater* precautionary behavior through motivation. Sales promotion has an indirect influence on *paylater* precautionary behavior through motivation.

Keywords: digital financial literacy, *mental accounting*, motivation, sales promotion, *paylater* precautionary behavior

©Hak cipta milik IPB University

IPB University



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

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, *MENTAL ACCOUNTING*, MOTIVASI, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PERILAKU KEHATI-HATIAN *PAYLATER*

ALVINA HANAZENIRA

Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen

**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si.
2. Neti Hernawati, S.P., M.Si.



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Mental Accounting*, Motivasi, dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Kehati-Hatian *Paylater*

Nama : Alvina Hanazenira

NIM : 12401211004

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M.
NIP. 197802282006042000



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Tin Herawati, S.P., M.Si.
NIP. 197204282006042007



Tanggal Ujian:
25 Juni 2025

Tanggal Lulus:

10 JUL 2025



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

Perpustakaan IPB University



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Mental Accounting*, Motivasi, dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Kehati-hatian *Paylater*”. Penulis menyadari dalam proses penulisan skripsi tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan, semangat, dan motivasi sehingga proses penyusunan skripsi ini berjalan lancar. Ucapan terima kasih juga kepada Alfiasari, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik dan seluruh dosen Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen yang telah memberikan ilmu, arahan, dan bimbingan selama perkuliahan. Tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada dosen penguji Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si. dan Neti Hernawati, S.P., M.Si. atas masukan dan saran untuk kesempurnaan skripsi penulis. Terima kasih kepada dosen moderator kolokium Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si. dan dosen moderator seminar hasil Prof. Dr. Ir. Dwi Hastuti, M.Sc. atas saran dan masukan untuk kesempurnaan skripsi penulis. Terima kasih juga kepada pembahas seminar hasil, Nadira dan Azahra atas masukan dan saran untuk kesempurnaan skripsi penulis.

Penulis juga turut mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, Papa Hari Suprihanto (alm.) dan Mama Wied Candyana (almh.), serta kakak Alvito Dirganto, kakak Alif Haryodinanto, dan adik Alya Najwa Kirani yang telah memberikan segala doa, dukungan, arahan, motivasi, dan kasih sayang. Ucapan terima kasih juga kepada Ayah Sukar dan Bunda Sri yang telah memberikan arahan, dukungan, kasih sayang, dan segala doa selama perkuliahan. Dewi dan Alya selaku teman terdekat sejak SMP yang selalu kebersamai dan mendukung penulis. Candra, Dila, Kayla, Hasyim, Rafli, Dean, Ayu, dan Michelle selaku teman SMA yang selalu kebersamai dan mendukung penulis. Teman-teman terdekat ‘Zamonyam’, yaitu Dafina, Amanda, Fatma, Naya, Yara, Frishe, dan Syifa yang selalu kebersamai dan mendukung penulis. Chipa selaku teman dekat sejak *Capstones* yang selalu kebersamai dan mendukung penulis. Nadira Shakila, Azahra Dwiyanti, Valeria Bataviani, Cut Syifa, Nadira Amalia, dan Achtira Auliamarsha selaku teman satu bimbingan dan rekan-rekan Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen angkatan 58 yang memberikan semangat dan motivasi. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Terima kasih.

Bogor, Juni 2025

Alvina Hanazenira



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Teori Pengambilan Keputusan	7
2.2 Literasi Keuangan Digital	7
2.3 <i>Mental Accounting</i>	8
2.4 Motivasi	10
2.5 Promosi Penjualan	11
2.6 Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	11
2.7 Generasi Milenial	12
2.8 Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap <i>Mental Accounting</i>	12
2.9 Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Motivasi	13
2.10 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Motivasi	13
2.11 Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	13
2.12 Pengaruh <i>Mental Accounting</i> terhadap Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	13
2.13 Pengaruh Motivasi terhadap Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	14
2.14 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	14
2.15 Kerangka Pemikiran	15
III METODE PENELITIAN	16
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	16
3.2 Teknik Penarikan Sampel	16
3.3 Teknik Pengumpulan Data	16
3.4 Variabel dan Pengukuran	18
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	21
3.5.1 Analisis Deskriptif	21
3.5.2 Uji Korelasi	22
3.5.3 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Hasil	24

4.1.1 Karakteristik Responden	24
4.1.2 Literasi Keuangan Digital	29
4.1.3 <i>Mental Accounting</i>	31
4.1.4 Motivasi	32
4.1.5 Promosi Penjualan	33
4.1.6 Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	34
4.1.7 Hubungan Karakteristik Responden dengan Literasi Keuangan Digital, <i>Mental Accounting</i> , Motivasi, Promosi Penjualan, dan Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	35
4.1.8 Pengaruh Literasi Keuangan Digital, <i>Mental Accounting</i> , Motivasi, dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	37
4.2 Pembahasan	42
4.2.1 Hubungan Karakteristik Responden dengan Literasi Keuangan Digital	44
4.2.2 Hubungan Karakteristik Responden dengan <i>Mental Accounting</i>	44
4.2.3 Hubungan Karakteristik Responden dengan Motivasi	45
4.2.4 Hubungan Karakteristik Responden dengan Promosi Penjualan	45
4.2.5 Hubungan Karakteristik Responden dengan Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	45
4.2.6 Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap <i>Mental Accounting</i>	45
4.2.7 Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Motivasi	46
4.2.8 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Motivasi	46
4.2.9 Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	47
4.2.10 Pengaruh <i>Mental Accounting</i> terhadap Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	47
4.2.11 Pengaruh Motivasi terhadap Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	48
4.2.12 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Perilaku Kehati-hatian <i>Paylater</i>	48
4.3 Keterbatasan Penelitian	49
V SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Simpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	60
RIWAYAT HIDUP	62



DAFTAR TABEL

1 Layanan <i>paylater</i> paling banyak digunakan tahun 2023	2
2 Variabel dan definisi operasional	16
3 Variabel dan pengukuran	19
4 Tujuan dan analisis data	21
5 Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan domisili	24
6 Sebaran responden berdasarkan pendidikan terakhir, status pernikahan, pekerjaan, dan pendapatan per bulan	25
7 Sebaran responden berdasarkan penggunaan <i>paylater</i>	26
8 Barang atau jasa yang dibeli menggunakan <i>paylater</i>	27
9 Alasan menggunakan <i>paylater</i>	28
10 Sebaran responden dimensi pengetahuan keuangan digital	29
11 Sebaran responden berdasarkan dimensi sikap keuangan digital	29
12 Sebaran responden berdasarkan dimensi perilaku keuangan digital	30
13 Sebaran responden berdasarkan kategori variabel literasi keuangan digital	30
14 Sebaran responden berdasarkan variabel <i>mental accounting</i>	31
15 Sebaran responden berdasarkan kategori variabel <i>mental accounting</i>	32
16 Sebaran responden berdasarkan variabel motivasi	33
17 Sebaran responden berdasarkan kategori variabel motivasi	33
18 Sebaran responden berdasarkan variabel promosi penjualan	34
19 Sebaran responden berdasarkan kategori variabel promosi penjualan	34
20 Sebaran responden berdasarkan variabel perilaku kehati-hatian <i>paylater</i>	35
21 Sebaran responden berdasarkan kategori variabel perilaku kehati-hatian <i>paylater</i>	35
22 Hubungan karakteristik responden dengan literasi keuangan digital	36
23 Hubungan karakteristik responden dengan <i>mental accounting</i>	36
24 Hubungan karakteristik responden dengan motivasi	36
25 Hubungan karakteristik responden dengan promosi penjualan dan perilaku kehati-hatian <i>paylater</i>	37
26 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> , <i>Cronbach's alpha</i> , dan <i>composite reliability</i>	39
27 Nilai <i>path coefficient</i> pengaruh langsung	40
28 Nilai <i>path coefficient</i> pengaruh tidak langsung	41
29 Hasil dekomposisi pengaruh langsung, tidak langsung, dan total	42



DAFTAR GAMBAR

1 Kerangka pemikiran	15
2 Model hybrid SEM	23
3 Nilai <i>loading factor</i> dari hasil outer model awal	38
4 Nilai <i>loading factor</i> dari hasil outer model akhir	39

DAFTAR LAMPIRAN

1 Hasil uji kecocokan model awal dan model akhir	61
--	----