

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh materialism terhadap *compulsive buying* dengan *PayLater use* dan *online impulse buying* sebagai variabel mediasi, serta *financial literacy* sebagai variabel moderasi. Data untuk penelitian ini dikumpulkan dengan mendistribusikan kuesioner *online* kepada sampel 200 responden. Pengolahan data dilakukan menggunakan SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Materialism* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *PayLater use*. (2) *Materialism* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *online impulse buying*. (3) *Materialism* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying*. (4) *PayLater use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying*. (5) *Online impulse buying* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying*. (6) *Materialism* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying* dengan *PayLater use* sebagai variabel mediasi. (7) *Materialism* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying* dengan *online Impulse buying* sebagai variabel mediasi. (8) *PayLater use* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *compulsive buying* dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi. (9) *Materialism* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *compulsive buying* dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi. (10) *Online impulse buying* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *compulsive buying* dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

Kata kunci: *Materialism, PayLater, Online Impulse Buying, Compulsive Buying, Financial Literacy.*