

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kasus *PayLater* di Indonesia merupakan fenomena yang semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Layanan *PayLater*, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian dan membayar nanti dengan menggunakan kredit yang diberikan oleh penyedia layanan, telah menjadi populer di kalangan anak muda yang aktif dalam berbelanja *online*. Namun, pertumbuhan yang pesat ini juga diikuti dengan meningkatnya kasus-kasus yang terkait dengan penggunaan *PayLater*. Penggunaan *PayLater* dapat berhubungan dengan perilaku *compulsive buying*. Kemudahan penggunaan *PayLater*, tersedianya limit kredit, dan tidak langsungnya pembayaran dapat memicu perilaku pembelian yang tidak terencana dan berlebihan (Raj et al., 2023). Akibatnya, pengguna *PayLater* dapat terjebak dalam lingkaran utang yang signifikan dan mengalami masalah keuangan yang serius (BBC News Indonesia, 2023).

SDGs adalah serangkaian tujuan global yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) untuk mengatasi berbagai tantangan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang dihadapi dunia saat ini (PBB Indonesia, 2023). Maraknya kasus *PayLater* di Indonesia dapat berdampak negatif pada pencapaian beberapa tujuan pembangunan berkelanjutan. Salah satunya SDGs 1 tentang Penghapusan Kemiskinan dapat terganggu karena pengguna *PayLater* yang terjebak dalam utang dapat mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar mereka. Sedangkan SDGs ke-12 mendorong pola konsumsi yang bertanggung jawab, yaitu mengurangi pemborosan dan penggunaan sumber daya yang berlebihan.

Untuk mengatasi masalah ini, perlu adanya upaya untuk meningkatkan pemahaman dan *financial literacy* di kalangan pengguna *PayLater*. Edukasi tentang pengelolaan keuangan yang bijaksana dan pengendalian *compulsif buying* perlu

diberikan kepada pengguna agar mereka dapat menggunakan layanan *PayLater* dengan bijak dan bertanggung jawab. Selain itu, perlu juga adanya regulasi yang lebih ketat terkait dengan layanan *PayLater* untuk melindungi konsumen dan mencegah praktik yang merugikan (Jonathan. R., 2023).

Penting untuk memastikan bahwa perkembangan ekonomi dan teknologi tidak mengorbankan kesejahteraan dan keberlanjutan masyarakat (sdgs.bappenas.go.id). Dengan memahami dampak dari maraknya kasus *PayLater* dan mengambil langkah-langkah yang tepat, diharapkan dapat mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan yang lebih inklusif dan berkelanjutan bagi seluruh masyarakat Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

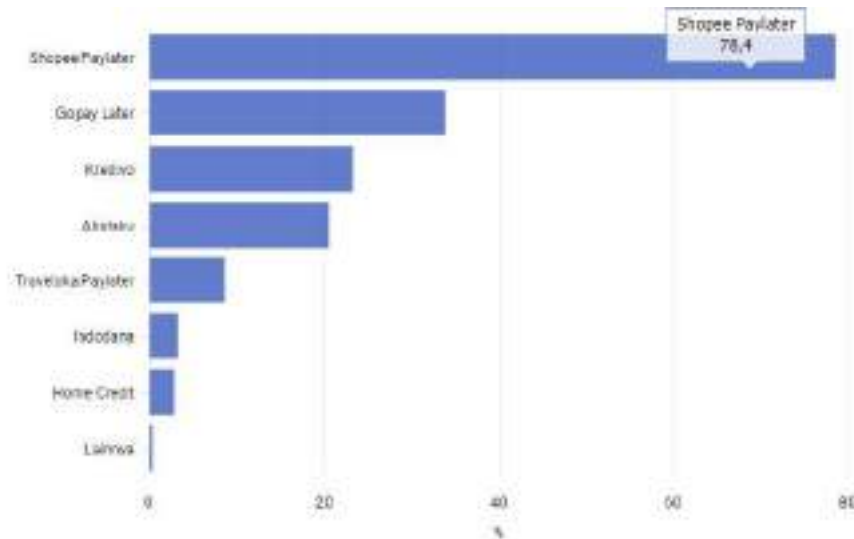
Perkembangan industri saat ini telah membawa kemajuan teknologi yang sangat cepat dan mempunyai dampak yang signifikan pada kehidupan manusia. Revolusi 4.0 menjadi puncak dari revolusi industri, dimana teknologi digital menjadi terobosan utama yang mengubah berbagai aspek kehidupan. Perkembangan ini telah mendorong lahirnya industri *finansial* teknologi, yang juga dikenal sebagai *fintech*. *Fintech* merujuk pada pemanfaatan teknologi untuk memberikan layanan keuangan yang efisien, inovatif, dan mudah dijangkau oleh individu dan perusahaan. *Fintech* telah mengubah cara transaksi keuangan, layanan perbankan, manajemen keuangan, dan investasi, sehingga menghadirkan peluang dan tantangan baru bagi pemangku kepentingan di sektor keuangan.

Salah satu sektor dalam industri *fintech* adalah *fintech lending* yang juga dikenal sebagai *Fintech Peer-to-Peer Lending* atau Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI), merupakan salah satu inovasi di sektor keuangan yang memanfaatkan teknologi untuk memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melakukan transaksi pinjam meminjam tanpa pertemuan fisik. Proses transaksi pinjam meminjam dilakukan melalui sistem yang disediakan oleh penyelenggara *fintech lending*, baik melalui aplikasi maupun situs web (ojk.go.id). Pemberi pinjaman dalam industri *fintech* memosisikan diri mereka sebagai solusi

yang lebih nyaman, efisien, dan *cost-effective* bagi konsumen, yang sebagian besar disebabkan oleh kehadiran *online*, otomatisasi, dan peraturan yang mendukung (Balyuk, 2019).

Buy Now Pay Later (BNPL) adalah salah satu produk dari *fintech lending*. BNPL memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian barang atau jasa dengan opsi pembayaran yang ditunda. Melalui BNPL, pengguna dapat memperoleh akses terhadap barang atau jasa yang dibutuhkan tanpa harus memiliki dana yang cukup pada saat itu, dengan kemampuan untuk melakukan pembayaran nanti dalam rentang waktu beberapa minggu atau bahkan bulan. Sistem BNPL telah mengalami pertumbuhan yang signifikan sejak tahun 2016 di berbagai negara di seluruh dunia. Di Indonesia, perkembangan BNPL yang pesat terjadi sejak tahun 2020 karena adanya perkembangan *e-commerce* yang semakin maju. Sebelumnya, penundaan pembayaran menggunakan *credit card* yang memerlukan proses sangat terperinci seperti penilaian kelayakan melalui *Bank Indonesia Checking (BI Checking)*. Namun, dengan hadirnya BNPL, pengguna kini dapat menikmati kemudahan yang menarik, baik dalam proses pendaftaran maupun dalam memperoleh promosi yang berhubungan dengan potongan harga produk (news.detik.com).

Saat ini fitur *BNPL* merupakan metode pembayaran digital yang paling banyak digunakan di Indonesia dalam transaksi *e-commerce*. Berikut merupakan data penggunaan *paylater* yang paling sering digunakan pada tahun 2021:

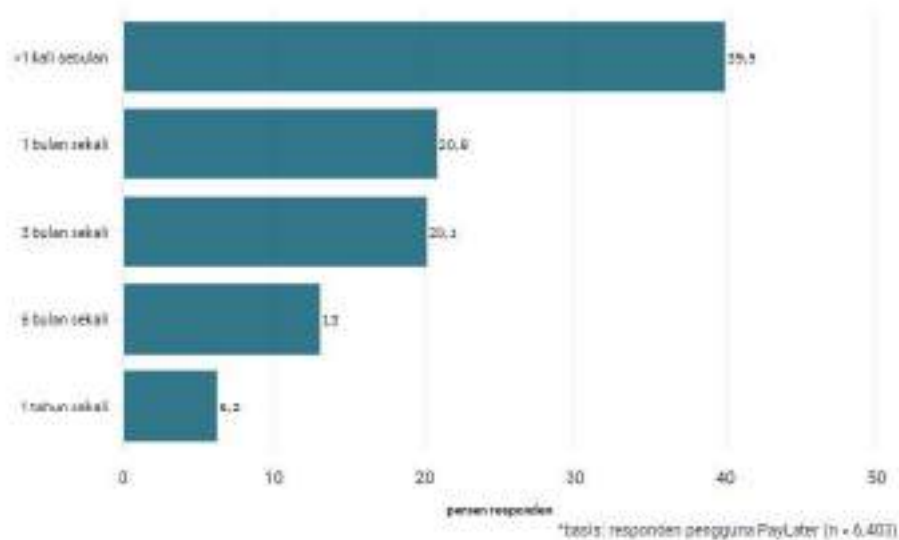


Gambar 1. 1 Layanan *Buy Now Pay Later* yang Paling sering digunakan pada tahun 2021

Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses 18 Oktober 2023

Berdasarkan data diatas, Shopee PayLater merupakan layanan yang paling banyak digunakan yaitu mencapai 78,4%, jauh unggul dari layanan lain. GoPay Later merupakan layanan BNPL yang paling banyak digunakan setelah Shopee Paylater, dengan presentase pengguna sebanyak 33,8%. Sedangkan Kredivo, Akulaku, Traveloka Paylater, Indodana dan Home Credit merupakan layanan BNPL lainnya yang juga cukup populer di Indonesia (databoks.katadata.co.id). Dapat disimpulkan bahwa Shopee PayLater merupakan layanan BNPL yang paling populer di Indonesia. Hal ini didukung oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu popularitas Shopee di Indonesia, dimana Shopee merupakan *platform e-commerce* terbesar di Indonesia.

PayLater memberikan berbagai keuntungan bagi para pengguna, seperti kemudahan dalam bertransaksi *online* dan opsi pembayaran dengan suku bunga yang rendah. Faktor ini menjadi salah satu pendorong utama dalam meningkatnya penggunaan *PayLater* di Indonesia. Berikut merupakan gambar frekuensi responden menggunakan *PayLater* di Indonesia:

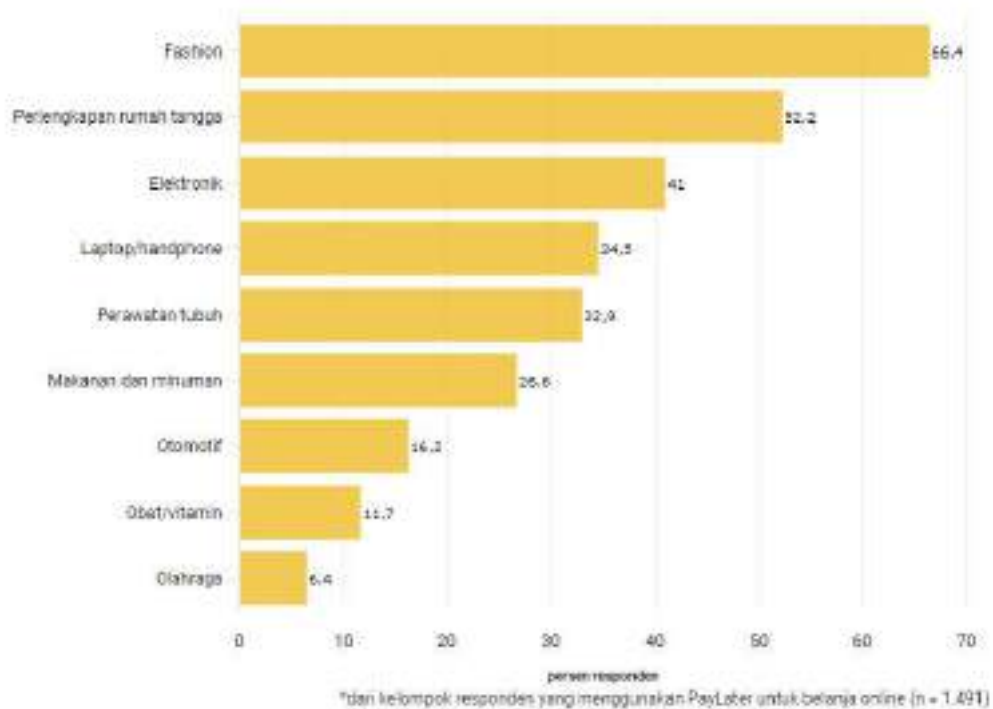


Gambar 1. 2 Frekuensi Responden Menggunakan PayLater (Maret 2023)

Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses 18 Oktober 2023

Gambar tersebut menampilkan data frekuensi penggunaan *PayLater* oleh responden survei yang dilakukan oleh Kredivo dan *Katadata Insight Center* (KIC) pada bulan Maret 2023. Survei ini melibatkan 6.403 responden yang berusia 18 tahun ke atas dari seluruh Indonesia. Frekuensi penggunaan *PayLater* yang memiliki persentase tertinggi adalah sebesar 39,9%, dengan penggunaan sebanyak lebih dari 1 kali dalam sebulan. Frekuensi penggunaan *PayLater* yang menduduki peringkat kedua adalah sebesar 20,8%, dengan penggunaan sebanyak 1 kali dalam setiap bulan. Sementara itu, frekuensi penggunaan *PayLater* yang menduduki peringkat ketiga adalah sebesar 20,1%, dengan penggunaan sebanyak 1 kali dalam setiap 3 bulan. Adapun frekuensi penggunaan *PayLater* yang memiliki persentase terendah adalah sebesar 6,2%, dengan penggunaan sebanyak 1 kali dalam setahun. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *PayLater* di Indonesia telah menjadi tren yang cukup populer.

Menurut data survei yang dilakukan oleh Kredivo dan *Katadata Insight Center* (KIC) pada bulan Maret 2023, terdapat beberapa produk yang menjadi favorit pengguna *PayLater* saat berbelanja secara *online*.



Gambar 1. 3 Ragam Produk yang Dibeli Responden Secara *Online* Menggunakan *Paylater*

Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses 18 Oktober 2023

Berdasarkan gambar, produk yang paling banyak dibeli responden adalah *fashion* dengan persentase 66,4%. Kemudian perlengkapan rumah tangga dengan persentase 52,2% dan elektronik dengan persentase 41%. Berdasarkan data tersebut, disimpulkan bahwa ragam produk yang dibeli responden secara online menggunakan *PayLater* menunjukkan bahwa responden menggunakan *PayLater* untuk memenuhi berbagai kebutuhannya, baik kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan gaya hidup.

PayLater memiliki persyaratan yang lebih mudah dibandingkan instrumen peminjaman lainnya karena hanya membutuhkan verifikasi identitas dan persetujuan

syarat dan ketentuan. Hal ini memungkinkan orang yang baru berusia 17 tahun dengan Kartu Tanda Penduduk dapat mengajukan pinjaman. Sebagai hasilnya, mayoritas pengguna *PayLater* berusia antara 17 hingga 35 tahun dari generasi *milenial* dan *gen Z*, sementara pengguna di atas usia 35 tahun juga mengalami peningkatan secara perlahan (news.detik.com). Penggunaan *PayLater* secara bijak memiliki keuntungan karena batasan limitnya lebih rendah daripada *credit card*, memungkinkan perencanaan pengeluaran yang baik dan meningkatkan peminjaman yang bertanggung jawab. Namun, mayoritas pengguna BNPL adalah *milenial* dan *gen Z* yang cenderung memiliki pengetahuan *financial* yang kurang. *Gen Z* juga rentan terhadap utang dan konsumsi berlebih. Selain itu, masih kurangnya *financial literacy* di Indonesia menyebabkan banyak masyarakat tidak memahami penggunaan produk keuangan dan pengelolaan keuangan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil survei nasional yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2022 bahwa tingkat indeks *financial literacy* Indonesia yaitu sebesar 49,68% (ojk.go.id).

Penggunaan berlebih *PayLater* dan kurangnya *financial literacy* dapat menyebabkan jebakan *financial* dan risiko besar bagi pengguna, terutama bagi mereka yang belum memiliki penghasilan tetap (news.detik.com). Banyak sekali kasus pengguna *PayLater* yang tidak membayar tepat waktu akibatnya resiko kelebihan hutang mereka meningkat. Salah satunya yaitu tersebarnya video di media sosial yang menceritakan bahwa seorang wanita menggunakan Shopee *PayLater* untuk membayar tagihan belanja sebesar Rp 450.000 saja pada Juni 2020. Karena tergiur dengan fasilitas Shopee *PayLater* dia menjadi kalap dalam berbelanja *online*. Namun, ketika jatuh tempo dia tidak membayar utangnya sampai menumpuk dalam satu tahun. Sehingga utang kreditnya menjadi RP 17.431.161 dengan masa jatuh tempo pada tanggal 5 Juli 2021. Oleh karena itu wanita tersebut hanya bisa menangis karena dilanda kepanikan melihat tagihan pembayaran tersebut (liputan6.com).



Gambar 1. 4 Keluhan Pengguna ShopeePay Later

Sumber: (liputan6.com).

Ketika seseorang tergoda oleh kemudahan menggunakan PayLater, seperti dalam kasus diatas seorang wanita yang menggunakan Shopee PayLater, ia mungkin cenderung melakukan *impulse buying* tanpa mempertimbangkan kemampuan finansialnya. Perilaku *impulsive buying* merujuk pada pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan matang, sering dipicu oleh dorongan emosional atau keinginan instan untuk memiliki suatu barang. Dalam kasus tersebut, wanita tersebut tergoda oleh fasilitas PayLater dan kecenderungannya untuk melakukan pembelian *impulsive* secara *online*.

Sementara itu, perilaku *compulsive buying* mengacu pada kebutuhan yang tidak terkendali untuk terus-menerus melakukan pembelian, meskipun tidak ada kebutuhan yang nyata O'Guin & Faber (1989) ; Shehzadi et al., (2016). Dalam kasus diatas, wanita tersebut menjadi tergoda untuk berbelanja *online* dengan jumlah yang terus meningkat, tanpa memperhatikan jatuh tempo pembayaran utangnya (liputan6.com). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN *Research Institute* (2023), sebanyak (62,5%) dari generasi milenial yang disurvei mengungkapkan bahwa *paylater* memungkinkan mereka untuk melakukan pembelian dengan tidak terlalu memikirkannya. Selanjutnya, 75% dari mereka menyatakan kekhawatiran bahwa

penggunaan *paylater* dapat mengakibatkan *impulsive* dan pengeluaran yang berlebihan (IDN Media) . Hal ini mengacu pada perilaku *compulsive buying*, dimana salah satu indikatornya yaitu *tendency to spend* yang menggambarkan kecenderungan individu menghabiskan uang mereka untuk membeli barang- barang yang tidak penting (Raj., el al 2023).

Selain itu, *Paylater* menjadi suatu risiko bagi pelamar kerja, terutama bagi *freshgraduate*, karena catatan pembayaran cicilan yang buruk dapat berdampak pada skor kredit yang tercatat di Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Situasi ini dapat menyebabkan ketidakpastian bagi perusahaan dalam merekrut pelamar yang memiliki riwayat kredit yang kurang baik. Dimana hal tersebut mencerminkan seberapa besar tanggung jawab seseorang di tempat kerja sehingga perusahaan berfikir dua kali untuk merekrutnya. Dalam sebuah kiriman di media sosial X (sebelumnya Twitter), seorang pengguna (@kawtuz) menulis bahwa lima orang *freshgrad* yang melamar di tempatnya bekerja gagal diterima dalam lamaran kerja karena memiliki catatan kredit macet dalam *BI Checking* Kol 5. Dimana terdapat 5 tingkat kolektibilitas Kredit Perbankan, dimulai dari Kol. 1 (lancar) hingga Kol. 5 (macet) (cnbcindonesia.com).

Pertumbuhan *PayLater* dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi digital dalam mendukung tercapainya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), namun harus disertai dengan tingkat *financial literacy* yang baik. Penggunaan BNPL yang tidak bertanggung jawab dapat berdampak negatif pada SDGs. Hal ini terkait dengan SDGs ke-1, yaitu mengentaskan kemiskinan, karena konsumen yang terjatuh dalam utang yang tidak mampu mereka membayar tepat waktu dapat mengalami kesulitan *finansial* yang lebih besar. Sedangkan SDGs ke-12 mendorong pola konsumsi yang bertanggung jawab, yaitu mengurangi pemborosan dan penggunaan sumber daya yang berlebihan. *Compulsive buying* bertentangan dengan prinsip ini, karena individu yang melakukan *compulsive buying* cenderung membeli barang yang tidak diperlukan, sehingga meningkatkan konsumsi yang tidak berkelanjutan.

Berikut merupakan gambar dari SDGs :



Gambar 1. 5 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs)

Sumber: *sdgs.un.org*, diakses pada 21 Oktober 2023

Penggunaan *PayLater* memiliki potensi untuk mempengaruhi perilaku konsumen, dengan adanya *PayLater* membuat konsumen sangat mudah untuk berbelanja memenuhi keinginan materialistisnya. *Materialism* mencerminkan kecenderungan individu untuk mengejar kepuasan material dan status sosial melalui kepemilikan barang yang dapat berkontribusi terhadap minat individu dalam menggunakan *PayLater*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Raj. V.J et al (2023) bahwa *materialism* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan BNPL, yang menunjukkan bahwa pengguna yang memiliki fokus pada harta benda mungkin memanfaatkan BNPL untuk mendapatkan barang-barang yang mereka percaya akan meningkatkan status sosial mereka. Ahn & Kwon (2020) menyatakan bahwa teori aktivitas sifat mempunyai dampak pengaruh positif dan negatif pada perilaku *impulsive buying*. *Materialism* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*, artinya individu yang memiliki tingkat *materialism* yang tinggi cenderung lebih sering melakukan *impulse buying* (Pupelis. L, & Seinauskiene.B, 2022).

Menurut Potrich & Vieira (2018); Dewi, S & Muchtar, A (2023) *materialism* meningkatkan *compulsive buying* dan kecenderungan berhutang. Penggunaan

PayLater yang dilakukan secara terus menerus dapat memicu konsumsi lebih lanjut atau dapat meningkatkan *compulsive buying* jika tidak diawasi (Powell et al, 2023). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pradhan et al., (2018) *credit card use* dan *impulse buying* bertindak sebagai mediator antara *materialism* dan *compulsive buying*. Penggunaan BNPL yang diiringi *materialism* dapat berdampak terhadap konsumsi yang berlebihan, perilaku ini dianggap merugikan bagi masyarakat (Pradhan et al., 2018). Selain itu, perilaku *compulsive buying* bertentangan dengan tujuan Pembangunan Berkelanjutan dengan menciptakan ketidaksetaraan ekonomi, dampak negatif pada kesehatan dan kesejahteraan, mengganggu pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dan berkontribusi pada konsumsi yang tidak bertanggung jawab.

Oleh karena itu peran *financial literacy* sangat penting untuk mengurangi perilaku *compulsive buying*. Dengan memiliki *financial literacy* yang baik, seseorang dapat membuat keputusan belanja yang lebih bijaksana dan mengurangi risiko terjebak dalam kebiasaan belanja tanpa kendali. Penelitian yang dilakukan oleh Adil. M. et al.,(2022) menunjukkan bahwa *financial literacy* berperan sebagai moderasi hubungan antara sifat terlalu percaya diri dan keputusan investasi. *Financial literacy* dianggap sebagai faktor signifikan untuk mengurangi bias terlalu percaya diri. Sehingga *financial literacy* juga dapat dianggap berperan sebagai faktor moderasi dalam mengurangi perilaku *compulsive buying*.

Melalui pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *PayLater* dan implikasinya terhadap perilaku konsumen, diharapkan dapat dikembangkan langkah-langkah yang tepat untuk mengatasi risiko dan mempromosikan penggunaan *PayLater* yang bertanggung jawab, sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul “**Pengaruh *materialism***

terhadap *compulsive buying* yang dimediasi oleh *PayLater use* dan *online impulse buying* serta *financial literacy* sebagai variabel moderasi".

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh:

1. *Materialism* terhadap *PayLater use*?
2. *Materialism* terhadap *online impulsive buying*?
3. *Materialism* terhadap *compulsive buying*?
4. *PayLater use* terhadap *compulsive buying*?
5. *Online impulsive buying* terhadap *compulsive buying*?
6. *Materialism* terhadap *compulsive buying* dengan *PayLater use* sebagai variabel mediasi?
7. *Materialism* terhadap *compulsive buying* dengan *impulse buying* sebagai variabel mediasi?
8. *PayLater use* terhadap *compulsive buying* dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi?
9. *Materialism* terhadap *compulsive buying* dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi?
10. *Online impulse buying* terhadap *compulsive buying* dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. *Materialism* terhadap *PayLater use*.
2. *Materialism* terhadap *online impulsive buying*.
3. *Materialism* terhadap *compulsive buying*.
4. *PayLater use* terhadap *compulsive buying*.
5. *Online impulsive buying* terhadap *compulsive buying*.

6. *Materialism* terhadap *compulsive buying* dengan *PayLater use* sebagai variabel mediasi.
7. *Materialism* terhadap *compulsive buying* dengan *online impulse buying* sebagai variabel mediasi.
8. *PayLater use* terhadap *compulsive buying* dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi.
9. *Materialism* terhadap *compulsive buying* dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi.
10. *Online impulse buying* terhadap *compulsive buying* dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam memperbanyak wawasan dan referensi, khususnya mengenai “Pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* yang dimediasi oleh *PayLater use* dan *online impulse buying* serta *financial literacy* sebagai variabel moderasi”. Selain itu, temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peneliti berikutnya. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi layanan *PayLater* di Indonesia untuk dapat mempertimbangkan pengaruh-pengaruh yang terjadi akibat *PayLater*.

1.5.2 Kontribusi Penelitian

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama mengenai “Pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* yang dimediasi oleh *PayLater use* dan *online impulse buying* serta *financial literacy* sebagai variabel moderasi”.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan memberikan referensi dan tambahan informasi untuk peneliti berikutnya dan dapat memberi masukan bagi pembaca mengenai variabel *materialism*, *PayLater use*, *online impulse buying*, *compulsive buying* dan *financial literacy*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah memberikan arah dan gambaran materi pada penelitian ini, oleh karena itu penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, teknik analisis data dan pengujian hipotesis, validasi dan reliabilitas, metode analisis data, uji hipotesis, efek mediasi dan efek moderasi.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan hasil dan pembahasan mengenai “Pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* yang dimediasi oleh *PayLater use* dan *online impulse buying* serta *financial literacy* sebagai variabel moderasi”.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi pihak berkepentingan.