

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

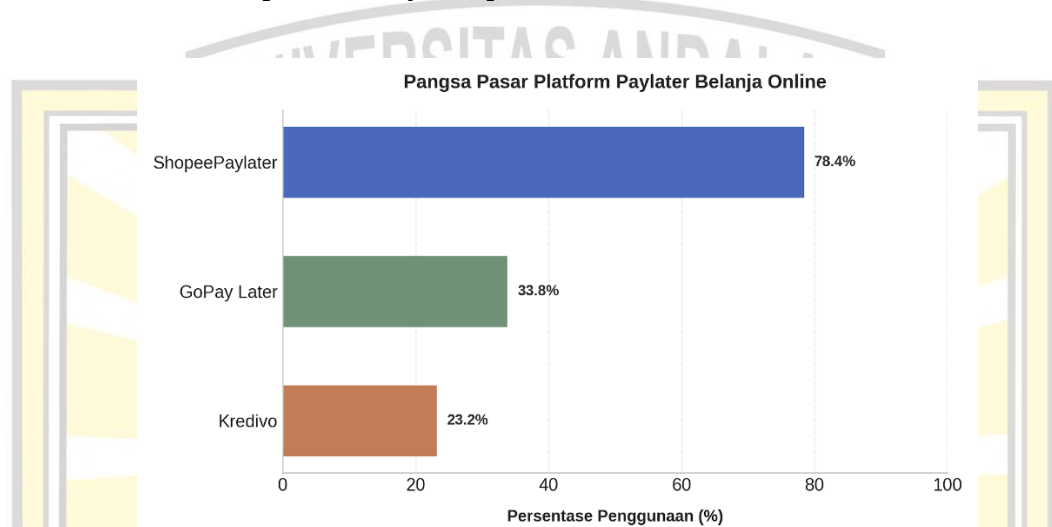
Di era digital, dunia mengalami perubahan besar dalam bidang ekonomi dan kehidupan sosial. Perubahan ini terlihat dari banyaknya inovasi baru yang muncul di berbagai sektor. Salah satu perubahan yang paling menonjol adalah berkembangnya teknologi finansial atau fintech, yang memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan keuangan dengan cara yang lebih cepat, praktis, dan efisien (Healy et al., 2025). Penggunaan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, komputasi awan, dan big data dalam layanan keuangan telah menciptakan sistem keuangan baru yang disebut keuangan digital (Tian & Shao, 2024). Inovasi ini tidak hanya mengubah cara orang bertransaksi, tetapi juga membantu pertumbuhan ekonomi dan memperluas akses layanan keuangan bagi masyarakat di berbagai negara (Tian & Shao, 2024). Di Indonesia, fenomena ini berkembang dengan sangat dinamis. Sebagai salah satu negara dengan tingkat penetrasi internet dan adopsi teknologi yang tinggi, Indonesia telah menjadi pasar yang subur bagi pertumbuhan layanan *fin3tech* (Setiawan et al., 2022). Data menunjukkan bahwa Indonesia adalah pasar *e-commerce* terbesar di Asia tenggara, dengan volume transaksi yang terus meningkat dan diproyeksikan akan melibatkan 75,3% dari total populasi pada tahun 2023 sebagai pengguna *e-commerce* (Tian & Shao, 2024). Tingginya pengguna ini menyediakan fondasi yang kokoh bagi adopsi masif layanan keuangan berbasis teknologi, yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat

Dalam era digital ini, Generasi Z merupakan kelompok demografi yang lahir antara pertengahan tahun 1990 an hingga awal 2010 an memainkan peran sentral. Mereka adalah “*digital natives*” generasi yang tumbuh dan berkembang bersama teknologi digital, sehingga memiliki tingkat adaptasi yang sangat tinggi terhadap inovasi dan sangat terbiasa dengan interaksi online (Hadi Raharjo, 2023). Karakteristik ini menjadikan Generasi Z sebagai kelompok pengadopsi awal berbagai layanan *fintech*, termasuk pembayaran digital, dompet elektronik, hingga layanan “beli sekarang, bayar nanti” atau *Paylater* (Addula, 2025) . Kemudahan dan kecepatan transaksi yang ditawarkan oleh layanan-layanan ini sangat selaras dengan gaya hidup Generasi Z yang cenderung serba instan dan selalu terhubung.

Diantara berbagai produk *fintech* yang berkembang pesat, layanan *paylater* telah menjadi fenomena tersendiri, khususnya sebagai metode pembayaran dalam aktivitas belanja online dikalangan Generasi Z. Layanan *paylater* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah fitur kredit tanpa kartu yang terintegrasi langsung dalam platform belanja daring mencakup ShoppePaylater, Gopaylater, OVO Paylater, dan sejenisnya. Layanan-layanan ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian produk mulai dari fesyen, gadget, produk kecantikan, hingga kebutuhan sehari-hari secara instan dan menunda pembayaran, sering kali tanpa memerlukan kartu kredit (Hadi Raharjo, 2023).

Pertumbuhan Paylater di Indonesia mencerminkan lonjakan yang luar biasa. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat jumlah kontrak pembiayaan *paylater* di Indonesia mencapai 79,92 juta pada tahun 2023., meningkat drastis dari hanya 4,63 juta kontrak pada tahun 2019, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan mencapai 144,35% (OJK, 2024). Momentum ini terus berlanjut; per Maret 2024, outstanding

piutang pembiayaan Paylater di Indonesia mencapai Rp6,13 triliun, naik 23,9% secara tahunan. Lebih jauh lagi, berdasarkan data OJK, total pembiayaan BNPL yang terdiri atas Paylater perusahaan pembiayaan dan perbankan pada November 2024 tumbuh 47,59 persen menjadi Rp30,36 triliun.



Gambar 1. 1 Pangsa Pasar Platform Paylater Belanja Online

Dari sisi pangsa pasar platform belanja, dominasi layanan ini sangat jelas. ShopeePaylater menempati posisi puncak dengan pangsa pasar 78,4 persen, diikuti GoPay Later di posisi kedua dengan pangsa pasar 33,8 persen, dan Kredivo di posisi ketiga dengan pangsa pasar 23,2 persen. Preferensi belanja daring menjadi pendorong utama penggunaan layanan ini; survei Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan bahwa mayoritas (63,1%) pengguna Paylater memanfaatkan layanan tersebut untuk transaksi online. Adapun produk yang paling banyak dibeli secara daring menggunakan Paylater mencakup pulsa dan voucher (25,8%), produk kesehatan dan kecantikan (15,6%), serta produk fesyen dan aksesoris (14%), yang seluruhnya merupakan kategori barang konsumsi populer di kalangan anak muda (Kredivo, 2024). Di balik pertumbuhan pesat tersebut, indikator kualitas kredit turut menunjukkan dinamika yang perlu dicermati.

Berdasarkan Siaran Pers Rapat Dewan Komisiner Bulanan (RDKB) OJK, per November 2025 baki debit kredit BNPL perbankan yang dilaporkan melalui SLIK tumbuh 20,34 persen secara tahunan menjadi Rp26,20 triliun dengan jumlah rekening mencapai 31,47 juta, disertai rasio kredit bermasalah (NPL gross) sebesar 2,04 persen, membaik dibandingkan Oktober 2025 yang sebesar 2,50 persen. Pada jalur perusahaan pembiayaan, pembiayaan BNPL pada November 2025 tumbuh 68,61 persen secara tahunan menjadi Rp11,24 triliun, dengan rasio pembiayaan macet (NPF gross) sebesar 2,78 persen. Data ini menunjukkan bahwa meskipun rasio kredit bermasalah relatif terkendali dan sempat membaik, angka NPL/NPF Paylater masih konsisten berada di atas 2 persen sepanjang tahun 2025, jauh lebih tinggi dibandingkan rasio NPL perbankan secara umum yang berada di kisaran 2,0-2,3 persen (OJK, 2025). Kondisi ini mengindikasikan bahwa segmen pembiayaan BNPL, yang secara demografis banyak diakses oleh konsumen muda termasuk Generasi Z, memiliki profil risiko kredit yang relatif lebih tinggi dibandingkan segmen pembiayaan konvensional. Fenomena ini turut mendorong OJK menerbitkan Peraturan OJK Nomor 32 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Buy Now Pay Later, yang antara lain membatasi penggunaan Paylater pada banyak platform sekaligus guna mencegah akumulasi kewajiban debitur yang berlebihan (OJK, 2025).

Meskipun teknologi finansial menawarkan berbagai kemudahan dan inovasi, keberadaannya juga diiringi oleh sejumlah tantangan yang tidak dapat diabaikan. *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) menekankan pentingnya peran pembuat kebijakan dan otoritas publik untuk memiliki pemahaman yang komprehensif, tidak hanya mengenai manfaat yang dihasilkan,

tetapi juga terkait potensi risiko yang ditimbulkan oleh teknologi keuangan digital terhadap konsumen maupun pelaku usaha (Kicova et al., 2025). Dalam konteks tersebut, literasi keuangan yang didefinisikan sebagai kemampuan dan pengetahuan individu dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat serta literasi digital, yaitu kapasitas untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan aman, menjadi prasyarat fundamental bagi individu untuk dapat beradaptasi dan berinteraksi secara aman dalam ekosistem keuangan digital yang semakin kompleks (Amran et al., 2024). Literasi keuangan digital (DFL), yang merupakan irisan dari literasi keuangan dan literasi digital, menjadi semakin krusial karena produk-produk *fintech* memiliki karakteristik, keuntungan, dan risiko yang unik (Rismaya & Ullum, 2025). Tanpa DFL yang memadai, individu, terutama kelompok rentan seperti Generasi Z, dapat terpapar pada berbagai risiko, mulai dari pencurian identitas, masalah privasi, hingga kerugian finansial akibat keputusan yang kurang bijak atau pemahaman yang tidak lengkap terhadap produk yang digunakan (Hadi, 2023). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang tingkat literasi ini menjadi krusial untuk memastikan bahwa adopsi teknologi finansial berjalan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Di antara berbagai produk *fintech* yang berkembang pesat di Indonesia, layanan *Paylater* telah menjadi fenomena tersendiri, terutama di kalangan Generasi Z. layanan ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara instan dan menunda pembayaran sering kali tanpa memerlukan kartu kredit sebagai metode pembayaran pilihan untuk belanja online di kalangan generasi muda (Hadi, 2023). Namun, di balik kemudahan akses tersebut, terdapat permasalahan utama dan risiko finansial yang serius. Penggunaan *Paylater* yang tidak terkontrol dapat

dengan mudah memicu perilaku konsumtif berlebihan, pembelian impulsif, dan akumulasi utang yang tidak sehat (Ashby et al., 2025). Generasi Z, yang Sebagian besar masih dalam tahap awal membangun kemandirian finansial dan seringkali memiliki pendapat yang terbatas atau tidak stabil, menjadi kelompok yang sangat rentan terhadap dampak negatif ini (Jose et al., 2025). Kurangnya pemahaman tentang struktur biaya, bunga, dan denda keterlambatan dapat dengan cepat menjebak mereka dalam siklus utang yang sulit untuk diputus yang pada akhirnya dapat merusak skor kredit dan menghambat kemampuan mereka untuk menabung atau berinvestasi di masa depan (Jose et al., 2025).

Pemasalahan ini diperparah oleh faktor psikologis yang sangat relevan di era media sosial, yaitu *Fear of Missing Out* (FoMO). FoMO didefinisikan sebagai kecemasan atau kekhawatiran untuk melewatkan pengalaman berharga atau tren yang sedang dinikmati oleh orang lain, yang seringkali dipicu oleh apa yang mereka lihat di platform media sosial (Darsono et al., 2025). Bagi Generasi Z, FoMO dapat menjadi pendorong kuat di balik perilaku konsumtif, mereka merasa tertekan untuk terus mengikuti tren mode, gawai, atau gaya hidup terbaru agar tidak merasa ketinggalan atau tidak relevan secara sosial (Darsono et al., 2025). Layanan *Paylater* menjadi “solusi” instan yang memungkinkan mereka untuk memenuhi keinginan tersebut tanpa harus mempertimbangkan kemampuan finansial jangka panjang, sehingga meningkatkan risiko pengambilan keputusan yang tidak rasional (Nurdien & Galuh, 2023). Meskipun data menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan di kalangan anak muda Indonesia mengalami peningkatan, dengan indeks literasi mencapai 70,19% untuk usia 18-25 tahun, pemahaman mendalam tantangan hak dan perlindungan konsumen dalam layanan keuangan digital masih

bervariasi (Kredivo, 2024). Banyak dari mereka yang merasa kurang terinformasi mengenai aspek keamanan, privasi, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Rendahnya literasi digital terkait risiko spesifik juga yang menjadi salah satu hambatan utama dalam penggunaan layanan keuangan digital yang aman. Kesenjangan antara kemudahan adopsi teknologi *Paylater* dan literasi (keuangan dan digital) yang belum merata inilah yang menciptakan sebuah area risiko yang perlu diteliti secara mendalam.

Secara khusus, penelitian mengenai interaksi kompleks antara variabel-variabel ini di Provinsi Sumatera Barat masih sangat terbatas. Dengan karakteristik masyarakat dan dinamika ekonomi digital yang mungkin unik, pemahaman tentang bagaimana Generasi Z di wilayah ini menavigasi risiko penggunaan *Paylater* menjadi sangat krusial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara spesifik bagaimana literasi keuangan, literasi digital, dan adopsi teknologi mempengaruhi peran dimediasi FOMO di Kalangan Generasi Z Provinsi Sumatera Barat.

Literatur ilmiah yang telah mengkaji berbagai aspek yang relevan dengan topik ini, memberikan fondasi yang kuat untuk penelitian lebih lanjut. Studi-studi mengenai literasi keuangan secara konsisten menunjukkan bahwa tingkat literasi yang lebih tinggi memiliki dampak signifikan terhadap perilaku keuangan yang lebih baik, termasuk dalam hal keputusan menabung, berbelanja, dan berinvestasi. Bagi Generasi Z, literasi keuangan terbukti dapat mendorong pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional dan terencana. Namun, beberapa penelitian juga menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh secara langsung terhadap perilaku, dampaknya bisa dimediasi oleh variabel lain seperti sikap

terhadap risiko finansial atau penggunaan teknologi keuangan (Novianta, 2023). Dalam konteks *Paylater* (Rismaya & Ullum, 2025), literasi keuangan juga ditemukan mempengaruhi perilaku pembelian impulsif, di mana literasi yang rendah dapat meningkatkan kecenderungan tersebut.

Selanjutnya, literasi digital memegang peranan krusial dalam adopsi teknologi dan manajemen risiko di era digital. Studi menunjukkan bahwa literasi digital dapat memperkuat pengaruh teknologi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa (Nurdien & Galuh, 2023). Literasi digital juga memiliki dampak positif yang signifikan terhadap penggunaan *fintech* dan manajemen keuangan pribadi secara keseluruhan. Pemahaman yang baik mengenai platform digital (DFL) merupakan prasyarat untuk penggunaan layanan keuangan digital (DFS) yang efektif dan dapat membantu individu mengurangi risiko kerugian finansial (Lutfiyah, 2025). Literasi digital juga terbukti secara positif mempengaruhi perilaku menabung dan berbelanja generasi muda, menunjukkan perannya yang sentral dalam membentuk kebiasaan finansial yang sehat.

Dalam hak adopsi teknologi, khususnya *Paylater*, penelitian telah mengidentifikasi beberapa faktor pendorong utama di kalangan Generasi Z. faktor-faktor seperti manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*), kemudahan (*perceived ease of use*), promosi penjualan, dan jaminan keamanan secara signifikan mempengaruhi niat dan preferensi penggunaan *Paylater* (Octaviana et al., 2024). Model-model seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sering digunakan untuk menjelaskan fenomena adopsi ini (Davis, 1989). Namun, di sisi lain, adopsi yang masif ini juga dikaitkan dengan peningkatan ketergantungan pada kredit jangka

pendek dan potensi krisis finansial individu, terutama bagi Generasi Z yang kondisi keuangannya belum stabil (Prawira & Riyadi, 2025). Risiko yang dirasakan juga ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap dan niat penggunaan layanan *Paylater* (Serang et al., n.d.).

Variabel psikologi *Fear of Missing Out* (FOMO) juga semakin diakui perannya dalam literatur keuangan. FOMO ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, keputusan investasi yang kurang rasional, dan pembelian impulsif, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial (Pratama et al., 2024). Beberapa studi awal telah mencoba menghubungkan FOMO dengan penggunaan *Paylater* (Pratama et al., 2024), menunjukkan bahwa dorongan untuk mengikuti trend dapat memicu penggunaan layanan ini tanpa pertimbangan finansial yang matang. Dalam konteks investasi, FOMO juga dapat mendorong investor muda untuk memilih asset berisiko tinggi seperti asset kripto dan saham meme, dengan harapan mendapatkan keuntungan cepat (Nilawati & Ainiah, 2025).

Secara keseluruhan, tinjauan literatur menunjukkan bahwa meskipun masing-masing variabel telah diteliti, interaksi kompleks di antara mereka masih menyisakan banyak pertanyaan. Sebagai contoh, studi oleh Fadiyah dan Widodo (2024) menemukan bahwa literasi digital memoderasi efek teknologi keuangan pada perilaku manajemen keuangan mahasiswa, tetapi tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan, menunjukkan bahwa hubungan antar variabel ini tidak selalu liner atau sederhana. Hal ini yang membuka ruang untuk penelitian yang menguji model-model yang lebih kompleks seperti model mediasi. Meskipun literatur yang ada telah memberikan pemahaman yang cukup mengenai literasi keuangan, literasi

digital, dan adopsi teknologi, beberapa kesenjangan penelitian yang signifikan masih teridentifikasi, terutama dalam konteks literasi keuangan digital (DFL) dan penerapannya pada generasi muda di Indonesia (Darsono et al., 2025).

Pertama, penelitian terdahulu sering kali terbatas pada studi literasi keuangan secara umum tanpa analisis spesifik terhadap DFL. Pengukuran DFL yang komprehensif juga masih jarang ditemukan dalam literatur yang ada, Artikel ini secara eksplisit menyatakan bahwa “penelitian sebelumnya hanya mengukur efek literasi keuangan pada perilaku keuangan.” Ini menunjukkan perlunya pergeseran fokus dari literasi keuangan umum ke literasi keuangan digital yang lebih relevan dengan era digital saat ini (Setiawan et al., 2022).

Kedua terdapat kelangkaan penelitian empiris secara spesifik menyelidiki hubungan antara DFL, perilaku menabung dan pengeluaran saat ini, serta prediksi perilaku menabung dan pengeluaran di masa depan secara bersamaan, terutama di kalangan millennial Indonesia. Studi oleh Prasad dan Meghwal (2017) serta Tony dan Desai (2020) mengenai DFL di India, misalnya tidak secara spesifik menghubungkan DFL dengan perilaku menabung dan pengeluaran, melainkan pada inklusi keuangan secara umum atau pemetaan DLF rumah tangga. Ini menegaskan bahwa ada ruang besar untuk penelitian yang mengintegrasikan variabel-variabel ini secara holistic (Setiawan et al., 2022).

Ketiga, penelitian ini menemukan bahwa perilaku pengeluaran saat ini tidak memiliki efek signifikan terhadap proyeksi tabungan di masa depan. Hal ini mengindikasikan bahwa millennial mungkin masih tidak melihat hubungan yang signifikan antara pengeluaran saat ini dengan proyeksi tabungan dimasa depan.

Temuan ini bahkan bertentangan dengan beberapa argumen dari peneliti sebelumnya seperti Wilkinson (2008), Lusardi (2008), Hung, Parker, dan Yoong (2009), Velankar et al. (2014), Ajeesh (2019), dan Ozili (2018), yang menyatakan adanya kontribusi perilaku pengeluaran saat ini terhadap proyeksi tabungan masa depan. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya eksplorasi lebih lanjut mengenai persepsi dan perilaku generasi muda terhadap interkoneksi antara keputusan finansial jangka pendek dan implikasinya di masa depan (Setiawan et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Adopsi Teknologi terhadap Risiko Penggunaan *Paylater* dimediasi oleh *Fear of Missing Out* (FOMO) Studi Kasus pada Generasi Z Provinsi Sumatera Barat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh literasi keuangan terhadap risiko penggunaan *paylater*
2. Apakah pengaruh literasi digital terhadap risiko penggunaan *paylater*
3. Apakah pengaruh adopsi teknologi terhadap risiko penggunaan *paylater*
4. Apakah pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap penggunaan *paylater*
5. Apakah pengaruh literasi keuangan terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO)
6. Apakah pengaruh literasi digital terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO)
7. Apakah pengaruh adopsi teknologi terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO)

8. Apakah pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) memediasi literasi keuangan terhadap risiko penggunaan *paylater*
9. Apakah pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) literasi digital terhadap risiko penggunaan *paylater*
10. Apakah pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) memediasi adopsi teknologi terhadap risiko penggunaan *paylater*

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap risiko penggunaan *paylater*
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap risiko penggunaan *paylater*
3. Untuk mengetahui adopsi teknologi terhadap risiko penggunaan *paylater*
4. Untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap penggunaan *paylater*
5. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan *Fear of Missing Out* (FOMO)
6. Untuk mengetahui literasi digital terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO)
7. Untuk mengetahui pengaruh adopsi teknologi terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO)
8. Untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) memediasi literasi keuangan terhadap risiko penggunaan *paylater*
9. Untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) literasi digital terhadap risiko penggunaan *paylater*

10. Untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) memediasi adopsi teknologi terhadap risiko penggunaan *paylater*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini pada akhirnya diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya khazanah ilmu pada bidang perilaku konsumen, keuangan digital, serta psikologi ekonomi, terutama terkait layanan *paylater* di Indonesia. Nilai tambah penelitian ini terletak pada pengujian model mediasi yang memasukkan literasi keuangan, literasi digital, adopsi teknologi, dan fenomena FOMO terhadap intensitas penggunaan layanan *paylater*. Temuan yang dihasilkan dapat menjadi pijakan bagi pengembangan teori tentang perilaku pengguna layanan keuangan digital, sekaligus mendorong penelitian lanjutan yang lebih komprehensif di konteks demografis maupun wilayah lain.

2. Manfaat Praktis

Bagi investor maupun penyedia layanan *paylater*, penelitian ini menawarkan perspektif strategis mengenai faktor utama yang mempengaruhi perilaku penggunaan di kalangan Generasi Z Sumatera Barat. Pemahaman yang lebih mendalam tentang peran literasi keuangan, literasi digital, adopsi teknologi dan FOMO dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran serta segmentasi pasar yang lebih tepat

sasaran dan efisien. Temuan ini juga dapat menjadi acuan dalam mengembangkan fitur produk yang menekankan pentingnya tanggung jawab finansial maupun mekanisme pencegahan uang, sehingga berkontribusi pada keberlanjutan usaha sekaligus kualitas portofolio kredit perusahaan.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan, literasi digital dan adopsi teknologi terhadap Risiko penggunaan *paylater* dimediasi oleh *Fear of Missing Out* (FOMO) sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat Generasi Z Provinsi Sumatera Barat.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam melakukan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Adopsi Teknologi terhadap Risiko Penggunaan *Paylater* dimediasi oleh *Fear of Missing Out* (FOMO) Studi Kasus pada Masyarakat Generasi Z Provinsi Sumatera Barat.

BAB I : PENDAHULUAN

- a. Latar belakang, berisikan penjelasan dari peneliti mengapa memilih tema penelitian ini serta gejala atau fenomena apa yang dibahas dalam penelitian ini
- b. Rumusan masalah, pertanyaan yang timbul berdasarkan latar belakang yang telah dirancang atau disusun

- c. Tujuan penelitian, menyebutkan dalam bentuk point tentang apa saja yang akan diperoleh dari penelitian ini dengan menghubungkannya dengan rumusan masalah yang dipaparkan
- d. Manfaat penelitian, dampak yang ingin dicapai setelah penelitian ini selesai dilakukan yang mana dibagi atas dua (praktis maupun teoritis)
- e. Ruang lingkup penelitian, yang berisikan tentang penjelasan ataupun poin-poin yang lebih terarah yang akan dibahas pada penelitian ini

BAB II: TINJAUAN LITERATUR

Bagian ini memuat penjelasan teori serta penelitian terdahulu yang penting bagi variabel penelitian dan rumusan masalah. Penjelasan tersebut akan membuka jalan bagi perumusan hipotesis dan pengembangan kerangka penelitian. Landasan teoritis, tinjauan penelitian terdahulu, pembuatan hipotesis, dan kerangka penelitian semuanya termasuk kedalam studi literatur ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisikan penjelasan dan uraian mengenai pendekatan, data, alat ukur dan cara yang digunakan untuk menyelesaikan rumusan masalah penelitian. Pada metode penelitian ini dirangkum beberapa poin, yakni:

- a. Desain Penelitian, yang menjelaskan tentang pendekatan penelitian yang digunakan dan alasan pemilihan pendekatan tersebut
- b. Populasi dan sampel, menjelaskan unit analisis yang digunakan dan alasan pemilihan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini
- c. Data dan Teknik Pengumpulan Data, menjelaskan data seperti apa yang digunakan untuk mengumpulkan data tersebut.

- d. Defenisi Operasional, menjelaskan variabel-variabel apa saja yang digunakan, sehingga dapat ditentukannya alat ukur, item pertanyaan, indikator dan skala yang jelas.
- e. Teknik Analisis Data, menjelaskan tentang alat atau cara yang akan dipakai dalam analisis suatu data yang akan diolah.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Menjelaskan karakteristik dari responden melalui tabel maupun grafik. Kemudian, menjelaskan hasil uji hipotesis dengan alat analisis yang digunakan. Setelah itu, menjelaskan mengenai hasil yang diperoleh dan membandingkan dengan penelitian terdahulu.

BAB V: PENUTUP

Bagian ini terdiri kesimpulan, implikasi, keterbatasan dan saran yang dijabarkan sebagai berikut:

- a. Kesimpulan, yaitu berisikan pendapat peneliti yang didasarkan kepada hasil dan pembahasan yang dapat menjawab permasalahan judul penelitian
- b. Implikasi, yaitu penjelasan mengenai manfaat hasil penelitian oleh pihak-pihak yang membutuhkan
- c. Keterbatasan penelitian, yaitu uraian mengenai kekurangan yang disadari peneliti sehingga dapat mempengaruhi hasil penelitian
- d. Saran, berupa masukan yang peneliti tulis untuk penyempurnaan penelitian di masa yang akan datang.