

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan adopsi teknologi terhadap risiko penggunaan paylater pada Generasi Z dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil analisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) terhadap 121 responden, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap risiko penggunaan paylater. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki responden belum mampu secara langsung menurunkan maupun meningkatkan risiko penggunaan *paylater*. Dengan demikian, keputusan penggunaan paylater pada Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan memahami konsep keuangan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan perilaku.
2. Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap risiko penggunaan paylater. Semakin tinggi literasi digital yang dimiliki responden, semakin tinggi pula risiko penggunaan paylater. Hasil ini mengindikasikan bahwa kemampuan mengakses dan memanfaatkan teknologi digital belum tentu membuat individu lebih bijaksana dalam menggunakan layanan kredit digital. Sebaliknya, tingginya intensitas interaksi dengan media digital justru meningkatkan peluang menggunakan layanan paylater.

3. Adopsi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap risiko penggunaan *paylater*. Semakin tinggi tingkat penerimaan terhadap teknologi, semakin tinggi pula kecenderungan responden menggunakan layanan *paylater* sehingga meningkatkan risiko keuangan. Kemudahan penggunaan serta manfaat yang dirasakan dari teknologi mendorong responden lebih sering memanfaatkan layanan keuangan digital.
4. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO). Temuan ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki literasi keuangan lebih tinggi juga memiliki kecenderungan FOMO yang lebih tinggi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengetahuan keuangan tidak selalu mampu mengurangi tekanan sosial yang muncul di lingkungan digital.
5. Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO). Semakin tinggi literasi digital, semakin tinggi pula tingkat FOMO yang dirasakan responden. Tingginya kemampuan menggunakan teknologi digital diikuti oleh semakin besarnya paparan terhadap media sosial, tren, serta aktivitas digital yang memicu rasa takut tertinggal.
6. Adopsi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO). Tingginya tingkat penggunaan teknologi membuat responden semakin sering terpapar informasi digital sehingga meningkatkan kecenderungan melakukan perbandingan sosial dan mengalami FOMO.
7. *Fear of Missing Out* (FoMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap risiko penggunaan *paylater*. Semakin tinggi tingkat FOMO, semakin tinggi

pula risiko penggunaan *paylater*. FOMO mendorong individu melakukan pembelian impulsif untuk mengikuti tren maupun memenuhi ekspektasi sosial, sehingga penggunaan *paylater* menjadi lebih berisiko.

8. *Fear of Missing Out* (FOMO) memediasi secara signifikan pengaruh literasi digital terhadap risiko penggunaan *paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh literasi digital terhadap risiko penggunaan *paylater* terjadi melalui mekanisme psikologis berupa FOMO.
9. *Fear of Missing Out* (FOMO) memediasi secara signifikan pengaruh literasi keuangan terhadap risiko penggunaan *paylater*. Meskipun literasi keuangan tidak berpengaruh langsung terhadap risiko penggunaan *paylater*, pengaruh tersebut menjadi signifikan melalui keberadaan FOMO sebagai variabel mediasi.
10. *Fear of Missing Out* (FOMO) memediasi secara signifikan pengaruh adopsi teknologi terhadap risiko penggunaan *paylater*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi adopsi teknologi, semakin tinggi FOMO yang dirasakan, sehingga meningkatkan risiko penggunaan *paylater*.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa FOMO merupakan faktor psikologis yang memiliki peran penting dalam menjelaskan risiko penggunaan *paylater* pada Generasi Z, serta menjadi mekanisme mediasi yang menghubungkan literasi keuangan, literasi digital, dan adopsi teknologi dengan risiko penggunaan *paylater*.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Literasi Keuangan terhadap Risiko Penggunaan *Paylater*

Ditolaknya hipotesis ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh langsung yang berarti terhadap risiko penggunaan *paylater* pada Generasi Z di Provinsi Sumatera Barat. Dengan kata lain, tinggi rendahnya pemahaman responden terhadap konsep-konsep keuangan dasar seperti perhitungan bunga, perencanaan anggaran, atau manajemen utang tidak secara langsung menentukan tinggi rendahnya risiko mereka dalam menggunakan layanan *paylater*. Secara teoritis, temuan ini menarik karena berbeda dengan asumsi umum dalam literatur perilaku keuangan yang sering menempatkan literasi keuangan sebagai faktor pelindung utama terhadap perilaku keuangan berisiko. Hasil ini mengindikasikan bahwa hubungan antara pengetahuan dan tindakan (*knowledge-behavior gap*) pada Generasi Z tidak bersifat langsung, melainkan kemungkinan besar dijumpai oleh faktor psikologis dan sosial lain seperti FOMO, yang justru lebih dominan dalam membentuk keputusan penggunaan *paylater*. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pendekatan kognitif semata belum memadai untuk menjelaskan perilaku keuangan generasi *digital native* yang sangat terpapar tekanan sosial daring. Secara praktis, implikasi dari temuan ini adalah perlunya evaluasi ulang terhadap desain program edukasi keuangan yang selama ini banyak diselenggarakan oleh OJK, lembaga jasa keuangan, maupun perguruan tinggi. Program yang hanya berfokus pada penyampaian materi teoritis tentang produk dan konsep keuangan berpotensi tidak cukup efektif menekan risiko penggunaan *paylater* apabila tidak disertai pendekatan yang menyentuh aspek perilaku, emosi, dan tekanan sosial yang dialami

Generasi Z sehari-hari, sehingga integrasi antara edukasi finansial dan edukasi psikologis-digital menjadi hal yang perlu dipertimbangkan ke depannya.

5.2.2 Literasi Digital terhadap Risiko Penggunaan *Paylater*

Diterimanya hipotesis ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital seorang responden, semakin tinggi pula risiko penggunaan *paylater* yang dihadapinya. Kondisi ini berbeda dengan literasi keuangan yang tidak berpengaruh signifikan, dan menegaskan bahwa kecakapan digital memiliki peran yang lebih kuat dalam membentuk perilaku penggunaan *paylater* pada Generasi Z. Secara teoritis, hasil ini mengonfirmasi bahwa kemahiran digital tidak selalu berkorelasi dengan perilaku keuangan yang lebih aman, melainkan dapat menjadi enabler bagi risiko itu sendiri. Semakin seseorang mahir menavigasi aplikasi, memahami fitur pembayaran, dan terbiasa dengan ekosistem transaksi daring, semakin mudah pula ia mengakses dan memanfaatkan layanan *paylater* tanpa hambatan teknis, sehingga literasi digital dalam konteks ini berfungsi sebagai fasilitator akses (*access facilitator*) terhadap risiko, bukan sebagai faktor protektif sebagaimana sering diasumsikan dalam kajian literasi digital secara umum.

Secara praktis, temuan ini mengindikasikan bahwa program peningkatan literasi digital bagi Generasi Z tidak boleh berhenti pada aspek kecakapan teknis semata, seperti kemampuan mengoperasikan aplikasi atau memahami fitur-fitur digital. Program tersebut perlu diperluas dengan muatan kesadaran risiko digital (*digital risk awareness*), termasuk pemahaman terhadap konsekuensi finansial jangka panjang dari kemudahan bertransaksi, agar kecakapan digital yang dimiliki

Generasi Z tidak berbalik menjadi faktor yang justru mempermudah mereka terjerumus dalam risiko penggunaan *paylater* yang tidak terkendali.

5.2.3 Adopsi Teknologi terhadap Risiko Penggunaan *Paylater*

Diterimanya hipotesis ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat adopsi teknologi finansial oleh Generasi Z, semakin tinggi pula risiko penggunaan *paylater* yang mereka hadapi, mengindikasikan bahwa keterbukaan dan kecenderungan menerima teknologi baru berperan besar dalam membentuk perilaku ini, bahkan menjadi salah satu pengaruh langsung terkuat dalam penelitian ini. Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan teknologi mendorong intensitas penggunaannya, namun dalam konteks ini kerangka tersebut perlu diperluas dengan perspektif risiko, karena adopsi yang tinggi terhadap teknologi finansial ternyata turut membawa konsekuensi negatif berupa peningkatan risiko keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan teknologi (*technology acceptance*) dan keamanan perilaku keuangan (*financial behavior safety*) merupakan dua dimensi yang tidak selalu berjalan searah, sehingga perlu dikaji lebih lanjut sebagai fenomena yang saling berkontradiksi dalam konteks generasi *digital native*.

Secara praktis, implikasi temuan ini mengarah pada perlunya kolaborasi antara penyedia layanan *fintech*, regulator, dan lembaga pendidikan dalam mendorong adopsi teknologi finansial yang bertanggung jawab. Penyedia layanan *paylater* perlu mempertimbangkan penerapan mekanisme perlindungan konsumen seperti batas transaksi otomatis, sistem peringatan dini terhadap pola transaksi

berisiko, atau fitur edukatif yang terintegrasi dalam aplikasi, sehingga percepatan adopsi teknologi finansial di kalangan Generasi Z Sumatera Barat tidak berjalan tanpa mitigasi risiko yang memadai.

5.2.4 Literasi Keuangan terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO)

Diterimanya hipotesis ini membuktikan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap FOMO pada Generasi Z di Sumatera Barat, menunjukkan adanya keterkaitan erat antara pemahaman finansial seseorang dengan kecenderungan psikologisnya dalam merespons tren dan tekanan sosial terkait keuangan. Secara teoritis, temuan ini memperkaya pemahaman bahwa literasi keuangan bukan hanya berkaitan dengan aspek kognitif pengelolaan uang, tetapi juga berkelindan dengan aspek psikologis dan sosial individu. Hal ini membuka ruang diskusi baru dalam literatur perilaku keuangan mengenai bagaimana pengetahuan finansial dapat memengaruhi kecenderungan seseorang untuk membandingkan diri secara sosial dan merasa cemas tertinggal dari tren keuangan maupun gaya hidup yang dipromosikan di lingkungan digital, sehingga literasi keuangan perlu dipahami sebagai konstruk yang beririsan dengan dimensi psikologis, bukan sekadar dimensi teknis-kognitif semata.

Secara praktis, temuan ini mengindikasikan bahwa desain program edukasi literasi keuangan memiliki potensi strategis untuk turut memengaruhi tingkat FOMO pada Generasi Z, apabila dirancang dengan pendekatan yang tepat. Materi edukasi keuangan idealnya tidak hanya membahas konsep-konsep teknis, tetapi juga menyertakan pembahasan mengenai dampak psikologis dari perbandingan sosial di media digital, sehingga program semacam ini dapat berfungsi ganda, yakni

meningkatkan pengetahuan finansial sekaligus membangun ketahanan psikologis generasi muda terhadap tekanan sosial yang memicu perilaku konsumtif.

5.2.5 Literasi Digital terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO)

Diterimanya hipotesis ini menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap FOMO, yang berarti semakin tinggi kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan teknologi digital, termasuk media sosial, semakin besar pula kecenderungannya untuk mengalami rasa takut tertinggal dari tren dan gaya hidup yang ditampilkan di lingkungan digital. Secara teoritis, hasil ini konsisten dengan berbagai kajian yang menunjukkan bahwa intensitas dan kecakapan penggunaan media sosial berkorelasi dengan tingkat FOMO, karena semakin mahir seseorang menavigasi platform digital, semakin besar pula volume dan frekuensi paparannya terhadap konten yang memicu perbandingan sosial, seperti unggahan gaya hidup, promosi produk, maupun aktivitas konsumsi orang lain. Temuan ini memperkuat argumen bahwa literasi digital, meskipun secara umum dipandang sebagai kompetensi positif, memiliki sisi ambivalen ketika dikaitkan dengan kesehatan psikologis penggunanya di era media sosial yang sarat dengan budaya perbandingan.

Secara praktis, implikasi dari temuan ini adalah perlunya penguatan materi literasi digital yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis penggunaan platform, tetapi juga pada aspek kesehatan mental digital (*digital wellbeing*), termasuk strategi mengelola paparan konten media sosial dan membangun kesadaran kritis terhadap konten yang berpotensi memicu FOMO. Institusi pendidikan maupun

pemerintah daerah di Sumatera Barat dapat mempertimbangkan program semacam ini sebagai bagian dari kurikulum literasi digital bagi generasi muda.

5.2.6 Adopsi Teknologi terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO)

Diterimanya hipotesis ini membuktikan bahwa adopsi teknologi turut berpengaruh signifikan terhadap FOMO, menunjukkan bahwa keterlibatan aktif seseorang dengan berbagai platform dan aplikasi digital memperbesar eksposurnya terhadap tren, promosi, dan gaya hidup yang dipromosikan secara daring, sehingga turut memicu munculnya rasa takut tertinggal. Secara teoritis, ini memperluas pemahaman mengenai dampak psikologis dari adopsi teknologi, yang selama ini lebih banyak dikaji dari perspektif kemudahan dan efisiensi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin seseorang terbuka dan aktif mengadopsi teknologi baru termasuk aplikasi belanja daring, media sosial, dan platform pembayaran digital semakin besar pula keterpaparannya terhadap mekanisme desain aplikasi yang secara sengaja dirancang untuk meningkatkan keterlibatan pengguna (*engagement*), seperti notifikasi push, penawaran waktu terbatas, dan konten yang dipersonalisasi, yang pada gilirannya memperkuat kecenderungan FOMO.

Secara praktis, temuan ini mengindikasikan pentingnya kesadaran kritis terhadap desain aplikasi yang bersifat persuasif (*persuasive design*) di kalangan pengguna teknologi finansial. Pembuat kebijakan dan lembaga perlindungan konsumen dapat mendorong transparansi terhadap fitur-fitur aplikasi yang berpotensi memicu FOMO, sementara dari sisi individu, Generasi Z perlu dibekali dengan strategi pengelolaan diri terhadap dorongan psikologis yang muncul akibat intensifnya interaksi dengan teknologi digital sehari-hari.

5.2.7 *Fear of Missing Out (FOMO)* terhadap Risiko Penggunaan *Fear of Missing Out*

Diterimanya hipotesis ini dengan pengaruh langsung terbesar di antara seluruh jalur dalam penelitian ini membuktikan bahwa FOMO merupakan prediktor paling dominan dan paling kuat terhadap risiko penggunaan *paylater* pada Generasi Z di Provinsi Sumatera Barat, jauh melampaui pengaruh langsung dari literasi keuangan, literasi digital, maupun adopsi teknologi. Secara teoritis, temuan ini menegaskan posisi sentral FOMO sebagai variabel psikologis yang paling menentukan dalam menjelaskan perilaku keuangan berisiko pada generasi *digital native*, sejalan dengan teori perbandingan sosial (*social comparison theory*) yang menyatakan bahwa individu cenderung menyesuaikan perilaku konsumsinya berdasarkan persepsi terhadap kehidupan orang lain yang ditampilkan di media sosial. Dominasi FOMO dalam model penelitian ini juga mengindikasikan bahwa variabel-variabel kognitif seperti literasi keuangan dan literasi digital, meskipun penting, pada akhirnya bekerja melalui atau bersaing dengan kekuatan dorongan emosional-sosial yang jauh lebih kuat dalam memengaruhi keputusan aktual penggunaan *paylater*.

Secara praktis, temuan ini menjadi dasar rekomendasi utama bagi seluruh pemangku kepentingan bahwa intervensi yang paling efektif untuk menekan risiko penggunaan *paylater* adalah intervensi yang secara langsung menyasar pengelolaan FOMO, seperti kampanye kesadaran diri terhadap perbandingan sosial, edukasi financial mindfulness, konseling psikologis terkait tekanan sosial digital, atau pembatasan paparan terhadap konten pemicu FOMO. Pendekatan ini berpotensi

jauh lebih efektif dibandingkan strategi yang hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan atau kecakapan teknis semata.

5.2.8 Literasi Digital dimediasi oleh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap

Risiko Penggunaan Paylater

Mengingat pengaruh langsung literasi digital terhadap risiko penggunaan paylater juga terbukti signifikan, maka FOMO dalam jalur ini berperan sebagai mediator parsial (*partial mediation*), yang berarti literasi digital memengaruhi risiko penggunaan paylater baik secara langsung maupun melalui peningkatan FOMO. Secara teoritis, temuan ini memperkuat pemahaman bahwa hubungan antara literasi digital dan risiko keuangan bersifat multijalur (*multi-pathway*), di mana kecakapan digital tidak hanya memfasilitasi akses teknis terhadap layanan *paylater*, tetapi juga secara simultan meningkatkan kerentanan psikologis individu melalui peningkatan FOMO akibat paparan konten digital yang lebih intens. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi digital memiliki efek ganda yang saling memperkuat (*reinforcing effect*) terhadap risiko penggunaan paylater, sehingga perlu dipahami sebagai konstruk yang kompleks dan tidak dapat didekati secara tunggal.

Secara praktis, temuan ini mengindikasikan bahwa strategi mitigasi risiko paylater perlu menysasar dua jalur sekaligus secara simultan, yaitu membatasi kemudahan akses teknis yang ditimbulkan oleh tingginya kecakapan digital sekaligus meredam dorongan emosional berupa FOMO yang turut muncul akibat literasi digital tersebut. Pendekatan intervensi tunggal yang hanya menysasar salah satu jalur berpotensi kurang optimal dibandingkan pendekatan terintegrasi yang menangani kedua mekanisme ini secara bersamaan.

5.2.9 Literasi Keuangan dimediasi oleh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Risiko Penggunaan *Paylater*

Diterimanya hipotesis ini menjadi catatan penting karena pengaruh langsung literasi keuangan terhadap risiko penggunaan *paylater* sebelumnya dinyatakan tidak signifikan (H1 ditolak), sehingga pola pada jalur ini menunjukkan mediasi penuh (*full mediation*), yang berarti literasi keuangan hanya dapat memengaruhi risiko penggunaan *paylater* melalui FOMO, tanpa pengaruh langsung yang berarti. Secara teoritis, temuan ini merupakan salah satu kontribusi penting penelitian ini terhadap literatur perilaku keuangan, karena menunjukkan bahwa hubungan antara pengetahuan finansial dan perilaku keuangan aktual generasi muda tidak bersifat langsung, melainkan sepenuhnya dijumpai oleh kondisi psikologis berupa FOMO. Temuan ini menantang asumsi umum yang menempatkan literasi keuangan sebagai faktor pelindung utama secara langsung, dan sebaliknya menunjukkan bahwa efektivitas literasi keuangan dalam menekan risiko keuangan sangat bergantung pada bagaimana pengetahuan tersebut memengaruhi kondisi psikologis individu terlebih dahulu.

Secara praktis, implikasi temuan ini sangat signifikan bagi perancangan kebijakan maupun program edukasi keuangan, karena menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan semata tidak akan berdampak nyata terhadap penurunan risiko penggunaan *paylater* apabila tidak disertai upaya menurunkan tingkat FOMO pada individu secara bersamaan. Dengan demikian, program edukasi keuangan yang efektif bagi Generasi Z di Sumatera Barat perlu dirancang

secara terintegrasi dengan komponen pengelolaan tekanan sosial dan psikologis, bukan sekadar penyampaian materi finansial secara terpisah.

5.9.10 Adopsi Teknologi dimediasi oleh *Fear of Missing Out* (FOMO)

terhadap Risiko Penggunaan *Paylater* (Diterima)

Diterimanya hipotesis ini menunjukkan bahwa FOMO turut memediasi hubungan antara adopsi teknologi dan risiko penggunaan *paylater*. Mengingat pengaruh langsung adopsi teknologi terhadap risiko penggunaan *paylater* juga signifikan, maka FOMO pada jalur ini berperan sebagai mediator parsial, yang berarti adopsi teknologi memengaruhi risiko penggunaan *paylater* baik secara langsung maupun melalui peningkatan FOMO. Secara teoritis, temuan ini melengkapi pemahaman mengenai kompleksitas pengaruh adopsi teknologi terhadap perilaku keuangan berisiko, dengan menunjukkan bahwa keterbukaan seseorang terhadap teknologi baru tidak hanya berdampak melalui kemudahan akses transaksi, tetapi juga melalui peningkatan tekanan psikologis akibat paparan lebih intens terhadap tren dan gaya hidup digital. Meskipun pengaruh mediasi pada jalur ini relatif lebih kecil dibandingkan jalur literasi keuangan dan literasi digital, temuan ini tetap mengonfirmasi bahwa FOMO berperan sebagai mekanisme psikologis yang konsisten di seluruh jalur pengaruh terhadap risiko penggunaan *paylater* dalam model penelitian ini.

Secara praktis, temuan ini menegaskan bahwa percepatan adopsi teknologi finansial di kalangan Generasi Z Sumatera Barat perlu diimbangi dengan penguatan ketahanan psikologis terhadap tren dan tekanan sosial digital secara bersamaan. Kebijakan yang hanya berfokus pada perluasan akses teknologi finansial tanpa

disertai edukasi mengenai pengelolaan dorongan emosional berpotensi tidak cukup optimal dalam menekan risiko penggunaan paylater, sehingga pendekatan yang menyeluruh dan terintegrasi tetap menjadi kunci utama dalam merumuskan strategi mitigasi risiko bagi generasi muda di era digital ini.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

1. Penelitian hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu literasi keuangan, literasi digital, dan adopsi teknologi, serta satu variabel mediasi berupa *Fear of Missing Out* (FoMO). Masih terdapat berbagai faktor lain yang berpotensi memengaruhi risiko penggunaan paylater, seperti *self-control*, gaya hidup, materialisme, *impulsive buying*, *financial attitude*, *financial self-efficacy*, pendapatan, maupun pengaruh teman sebaya (*peer influence*).
2. Penelitian menggunakan desain *cross-sectional*, sehingga hanya menggambarkan kondisi responden pada satu periode waktu dan belum mampu menjelaskan perubahan perilaku penggunaan paylater dalam jangka panjang.
3. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner *self-report*, sehingga jawaban responden sangat bergantung pada persepsi dan kejujuran masing-masing individu. Kondisi ini memungkinkan munculnya *common method bias* maupun *social desirability bias*.

4. Penelitian hanya mengkaji perilaku penggunaan *paylater* secara umum tanpa membedakan karakteristik masing-masing platform *paylater*. Padahal setiap penyedia layanan memiliki fitur, sistem promosi, bunga, serta mekanisme pembayaran yang berbeda dan dapat memengaruhi persepsi risiko pengguna.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah dan karakteristik responden, menambahkan variabel perilaku maupun psikologis lainnya, menggunakan desain longitudinal, serta melakukan perbandingan antarplatform *paylater* agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi risiko penggunaan layanan kredit digital.

5.4 Saran

Mengingat penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen berupa literasi keuangan, literasi digital, dan adopsi teknologi, serta satu variabel mediasi berupa *Fear of Missing Out*, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas model penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain yang secara teoritis maupun empiris berpotensi memengaruhi risiko penggunaan *paylater*, seperti *self-control*, gaya hidup, materialisme, *impulsive buying*, *financial attitude*, *financial self-efficacy*, tingkat pendapatan, maupun pengaruh teman sebaya (*peer influence*). Penambahan variabel tersebut penting mengingat hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh langsung terhadap risiko penggunaan *paylater*, sehingga terbuka kemungkinan bahwa terdapat faktor psikologis maupun sosial lain yang turut berperan dan belum terungkap dalam model penelitian ini.

Peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan penggunaan *self-control* atau *financial self-efficacy* sebagai variabel moderasi untuk melihat apakah kedua faktor tersebut mampu memperlemah pengaruh FOMO terhadap risiko penggunaan paylater.

Berkaitan dengan desain penelitian yang bersifat *cross-sectional*, sehingga hanya menggambarkan kondisi responden pada satu titik waktu tertentu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan desain longitudinal dengan melakukan pengamatan pada responden yang sama dalam beberapa periode waktu. Pendekatan ini akan memungkinkan peneliti untuk menganalisis dinamika perubahan literasi keuangan, literasi digital, adopsi teknologi, FOMO, dan risiko penggunaan paylater dari waktu ke waktu, sekaligus memperkuat kesimpulan mengenai hubungan sebab-akibat (kausalitas) antarvariabel yang belum dapat sepenuhnya dibuktikan melalui desain *cross-sectional*.

Terkait dengan metode pengumpulan data yang menggunakan kuesioner *self-report*, sehingga rentan terhadap *common method* bias maupun *social desirability* bias, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengombinasikan data *self-report* dengan data yang lebih objektif, misalnya data transaksi aktual dari platform paylater (dengan izin dan menjaga kerahasiaan responden), atau menggunakan pendekatan *mixed-method* yang menggabungkan survei dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) untuk menggali motif dan pengalaman penggunaan paylater secara lebih kontekstual dan mendalam.

Mengingat penelitian ini belum membedakan karakteristik masing-masing platform *paylater*, padahal setiap penyedia layanan seperti ShopeePaylater, GoPay

Later, OvoPaylater, memiliki fitur, sistem promosi, skema bunga, dan mekanisme pembayaran yang berbeda, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi perbandingan (*comparative study*) antara platform paylater. Pendekatan ini akan memberikan pemahaman yang lebih spesifik mengenai apakah karakteristik masing-masing platform turut memoderasi hubungan antara literasi keuangan, literasi digital, adopsi teknologi, FOMO, dan risiko penggunaan paylater, sehingga rekomendasi kebijakan yang dihasilkan dapat lebih tepat sasaran sesuai karakteristik masing-masing platform.

Selain itu, mengingat penelitian ini hanya berfokus pada Generasi Z di Provinsi Sumatera Barat, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden, misalnya dengan melibatkan generasi lain seperti Generasi Milenial sebagai pembanding, atau memperluas cakupan penelitian ke provinsi lain di Indonesia. Perluasan ini akan meningkatkan generalisasi hasil penelitian serta memungkinkan analisis perbandingan antarwilayah maupun antargenerasi terkait perilaku penggunaan *paylater*.

Bagi Generasi Z di Sumatera Barat maupun secara umum, penelitian ini menyarankan pentingnya membangun kesadaran diri (*self-awareness*) terhadap dorongan FOMO saat berinteraksi dengan media sosial dan platform digital, mengingat kemahiran digital yang tinggi tanpa disertai pengendalian diri terhadap tren sosial justru dapat meningkatkan kerentanan terhadap penggunaan paylater yang berisiko. Generasi muda disarankan untuk lebih kritis dalam menyikapi konten promosi maupun gaya hidup yang ditampilkan di media sosial, serta membangun kebiasaan mengevaluasi kebutuhan aktual sebelum melakukan transaksi menggunakan layanan *paylater*.