

## Paylater Demi Gengsi

Ageng Kanda Saepudin S, Dela Apriliana

Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

Email : [agengsaepudin@digitechuniversity.ac.id](mailto:agengsaepudin@digitechuniversity.ac.id), [delapriliana10121837@digitechuniversity.ac.id](mailto:delapriliana10121837@digitechuniversity.ac.id)

**Abstract** The use of Paylater as a means to achieve a desired lifestyle, especially among the younger generation, is the highlight of this research. With a focus on psychological and financial impacts, this study combines qualitative and quantitative approaches to investigate the complex interactions between demographic factors, motivations, and the consequences of using Paylater for prestige. Through data collection using questionnaires and interviews with samples covering various age groups, education levels, and income levels, the research results highlight interesting findings. The main motivation for using Paylater was revealed as a drive to achieve a prestigious image and keep up with emerging digital consumption trends. The psychological impact cannot be ignored either, with some respondents admitting to the financial stress associated with this habit. Data analysis shows that education level plays an important role in an individual's ability to manage Paylater debt. Respondents with a higher level of education tend to be more aware of risk and have better debt management strategies. The implications of the results of this research include challenges in financial literacy and psychological well-being in the digital era. A more targeted approach is needed to educate young people about the financial risks associated with using Paylater for prestige. Nonetheless, this study acknowledges limitations in the generalisability of the results and suggests further research to investigate alternative financial management strategies and the long-term impact of this phenomenon

**Keywords:** Young Generation, Prestige, Technological Development, Social Media, Consumer Debt

**Abstrak** Penggunaan Paylater sebagai sarana untuk mencapai gaya hidup yang diidamkan, terutama di kalangan generasi muda, menjadi sorotan penelitian ini. Dengan fokus pada dampak psikologis dan finansial, studi ini menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk menyelidiki interaksi kompleks antara faktor-faktor demografis, motivasi, dan konsekuensi penggunaan Paylater demi gengsi. Melalui pengumpulan data menggunakan kuisioner dan wawancara dengan sampel yang mencakup berbagai kelompok usia, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan, hasil penelitian menyoroti temuan menarik. Motivasi utama penggunaan Paylater terungkap sebagai dorongan untuk mencapai citra gengsi dan mengikuti tren konsumsi digital yang sedang berkembang. Dampak psikologis juga tidak dapat diabaikan, dengan sebagian responden mengakui adanya stres keuangan terkait dengan kebiasaan ini. Analisis data menunjukkan bahwa tingkat pendidikan memainkan peran penting dalam kemampuan individu untuk mengelola utang Paylater. Responden dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih sadar akan risiko dan memiliki strategi pengelolaan utang yang lebih baik. Implikasi hasil penelitian ini mencakup tantangan dalam literasi keuangan dan kesejahteraan psikologis di era digital. Diperlukan pendekatan yang lebih terarah untuk mendidik generasi muda tentang risiko finansial yang terkait dengan penggunaan Paylater demi gengsi. Meskipun demikian, studi ini mengakui keterbatasan dalam generalisabilitas hasil dan menyarankan penelitian lebih lanjut untuk menyelidiki strategi pengelolaan keuangan alternatif dan dampak jangka panjang dari fenomena ini.

**Kata Kunci:** Generasi Muda, Gengsi, Perkembangan Teknologi, Media Sosial, Utang Konsumtif

### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan transformasi digital, pola perilaku konsumtif masyarakat, terutama generasi muda, telah mengalami perubahan signifikan. Salah satu fenomena menarik yang muncul dalam kehidupan sehari-hari adalah penggunaan layanan Paylater. Paylater memungkinkan individu untuk melakukan pembelian tanpa membayar secara langsung, dengan opsi untuk melunasi dalam jangka waktu tertentu. Meskipun sebagian besar layanan ini dirancang untuk memudahkan transaksi, penggunaannya seringkali lebih kompleks dan dipengaruhi oleh faktor psikologis, terutama keinginan untuk mencapai gengsi sosial dan mengikuti tren konsumsi digital yang sedang berkembang.

Received Desember 29, 2023; Accepted Januari 30, 2024; Published Februari 29, 2024

\* Ageng Kanda Saepudin S, [agengsaepudin@digitechuniversity.ac.id](mailto:agengsaepudin@digitechuniversity.ac.id)

Generasi muda, yang hidup di tengah sorotan media sosial dan tekanan untuk menjaga citra diri, sering merasa tertarik untuk mengadopsi gaya hidup konsumtif demi mendapatkan pengakuan sosial. Penggunaan Paylater bukan hanya sekadar alat pembayaran, tetapi juga menjadi bentuk ekspresi identitas diri dan gaya hidup yang diidamkan. Dalam konteks ini, penting untuk memahami motivasi di balik keputusan penggunaan Paylater, serta mengeksplorasi dampak jangka panjangnya, terutama terkait dengan stres keuangan dan manajemen utang.

Penelitian ini bertujuan untuk merinci fenomena penggunaan Paylater demi gengsi dengan mendalam. Melalui pendekatan campuran kualitatif dan kuantitatif, kami akan menggali dinamika perilaku konsumtif generasi muda, memahami bagaimana motivasi psikologis memainkan peran dalam pengambilan keputusan keuangan mereka, dan menganalisis dampaknya pada kesejahteraan finansial individu. Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan wawasan yang signifikan tentang kompleksitas fenomena ini dan kontribusi terhadap pemahaman kita tentang dinamika keuangan dalam era digital yang terus berkembang pesat. Sebuah riset yang dilakukan mengenai hal tersebut menjelaskan bahwa Mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi paylater. Menurut penelitian yang dilakukan oleh MoneySmart.id porsi kebutuhan kelompok mahasiswa menjelaskan bahwa persentase pengeluaran gaya hidup terhadap responden yakni 10,8% Hiburan (nonton, konser), 37,7% Travelling (pemesanan tiket transportasi), 23,3% Nongkrong (pembelian F&B), 7,1% Internet (pembelian paket internet dan pulsa). 21,1% Shopping (belanja ber merk). Mengenali kebiasaan berbelanja sangat kompleks seperti; pertama, cenderung bersifat sophisticated yang berarti memiliki wawasan luas terhadap teknologi yang sedang berkembang. Kedua, terbuka dengan hadirnya teknologi. Ketiga, merasa bebas atas apa yang diinginkan terhadap kebutuhan, dari kebiasaan tersebut. Informasi produk melalui media sosial sudah menjadi konsentrasi individu saat sedang melakukan berselancar beranda media sosialnya, informasi suatu merek sampai penawaran harga menjadi tradisi bagi individu sebelum melakukan pembelian secara bertahap. Apabila dilihat dari motivasi memilih menggunakan pembayaran PayLater, tentu saja karena kemudahan dan menguntungkan dalam menciptakan kepercayaan konsumen untuk berbelanja online menggunakan sistem pembayaran PayLater. Perspektif kemudahan pengaplikasian (*perceived ease of use*) merupakan sebuah tingkat kepercayaan seseorang bahwa jika seseorang menggunakan sistem tersebut maka usaha yang dikeluarkan untuk mengerjakan sesuatu akan berkurang (Duvis, 1989). Selain itu karena pembayaran bukan di awal setelah barang telah sampai di konsumen,

otomatis pembayaran tertagih di bulan berikutnya. Hal tersebut yang menjadi sistem pembayaran paylater semakin diterima oleh kaum remaja.

Kemudahan yang diterapkan pada perilaku konsumen online, antarmuka Web yang dianggap dapat memfasilitasi proses transaksi dan mudah dioperasikan kemungkinan akan diterima oleh konsumen (Hong & Pavlou 2014). Bagaimana pengalaman pengguna yang ingin berbelanja online namun tidak harus memikirkan pengeluaran di bulan tersebut karena ada alternatif yang menawarkan berbelanja online dengan konsep beli barang, bayar belakangan. Mulai dari pengalaman konsumen melakukan pembelian produk sampai menerima dan mengkonsumsinya.

Keputusan pembelian konsumen adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihan dan melakukan pembelian produk, serta dikonsumsi oleh konsumen (Suharno & Sutarso, 2010). Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan. Sehingga perkembangan sistem pembayaran paylater ini menyebabkan munculnya fenomena motif dan pengalaman pengguna paylater remaja dan mahasiswa

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi. Fenomenologi merupakan suatu pendekatan yang lebih memfokuskan diri pada konsep suatu fenomena tertentu dan bentuk dari studinya adalah untuk melihat dan memahami arti dari suatu pengalaman yang berkaitan dengan suatu fenomena tertentu suatu pengalaman yang berkaitan dengan suatu fenomena tertentu (Denzin & S Lincoln, 2009). Neg

Penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya sebagai upaya mendeskripsikan data tetapi deskripsi tersebut hasil dari pengumpulan data yang valid

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menemukan motif pengguna paylater pada mahasiswa dan remaja ini sebagai solusi permasalahan dalam berbelanja online dari berbagai aplikasi e-commerce serta online travel agent. Manusia akan membuat dirinya berbuat sesuatu apa yang dikehendakinya dapat dikatakan motif (Walgito, 2010). Alfred Schutz dari temuannya bahwa fenomenologi merupakan pengalaman keseharian aktor sosial (Trujillo, 2018).

Peneliti memakai metode kualitatif dalam pengamatan suatu fenomena kehidupan sosial. Pengamatan ini dilakukan agar memperoleh kajian secara kompleks bersifat deskriptif. Perilaku seseorang dalam melakukan tindakan berdasarkan motif dan pengalaman tertentu. Motif yang muncul didasari oleh motivasi yang menggerakkan seseorang melakukan sesuatu dengan maksud mencapai tujuan (Asmara, 2005)

Pada tahap analisis, peneliti sebelumnya menyiapkan daftar pertanyaan untuk mengisi kuisioner pengumpulan data sebagai analisis data. Daftar pertanyaan tersebut akan diajukan oleh peneliti sendiri kepada informan untuk dapat mengetahui pengalaman serta motif dari narasumber itu sendiri. Berikut tahapan yang harus dilakukan oleh peneliti:

1. Membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada informan sesuai inti pokok masalah yang akan dibahas.
2. Menghimpun data informan yang dibutuhkan oleh
3. Informasi yang telah diperoleh akan dianalisis dan memperoleh hasil.

Hasil penelitian ini adalah terdapat dua motif yang signifikan yakni *because-motives* dan *in-order- motives*. Munculnya motif pada informan berdasarkan tindakan atas kesadarannya. Kebutuhan seseorang yang dipengaruhi oleh keadaan psikologis dan lingkungan sosial tertentu akan memunculkan motif untuk menggunakan media (Handa Gustiawan, 2019). Informan mahasiswa dan remaja ini memiliki latar belakang yang berbeda sehingga perbandingan ini dapat dibedakan dari motif informan dalam pemakaian *paylater*. Mahasiswa atau remaja memiliki pengeluaran yang cukup besar tetapi diimbangi dengan pekerjaan paruh waktu atau *part time*. Pendapatan pekerja paruh waktu membantu mahasiswa untuk mencukupi kebutuhannya. Pengelolaan keuangan diperlukan agar seimbang pemasukan dan pengeluaran. Bagi mahasiswa yang tak bekerja paruh waktu perlu berhati-hati dalam pengelolaan keuangan. Dari sini lah *paylater* menjadi solusi bagi mahasiswa di Surabaya serta mahasiswa sebagai konsumen dapat menggunakan secara bijak.

mahasiswa dan remaja yang sudah terbiasa dengan teknologi merasa kemudahan berbelanja serba instan menjadi bagian dari keunggulan teknologi, ada beberapa keuntungan dari *Paylater* yang dijadikan alternatif metode pembayaran yang sangat digemari kaum milenial yakni prosesnya cepat dan lebih praktis. Mahasiswa rata-rata memiliki aktivitas yang padat sehingga menginginkan segalanya yang cepat dan praktis. Bahkan Jangkauan kemampuan mahasiswa dalam berbelanja lebih menginginkan pembayaran berupa cicilan atau tenor dengan transaksi yang mudah dan aman. Pilihan cicilan dapat disesuaikan dengan kekonmampuan konsumen lebih memudahkannya. Semakin singkat cicilan maka semakin kecil juga bunganya.

Sebagai pengguna Paylater tanpa memerlukan modal uang sudah dapat berbelanja sesuai keinginan. Hal ini yang ingin dicari oleh kaum millennial, serba instan untuk mendapatkan kebutuhan tanpa modal diawal. Kepraktisan berbelanja menggunakan pembayaran paylater mendorong pola berbelanja dalam pemenuhan gaya hidup modern. Calon pengguna hanya download aplikasi lalu mendaftar dan menunggu verifikasi dari pihak penyedia paylater sudah bisa digunakan untuk berbelanja dengan limit terbatas individualaman yang bermakna. Pengalaman merupakan sesuatu yang dialami oleh subjek dalam bertindak. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa, "all objects of knowledge must conform to experience" pengetahuan melandasi kesadaran yang membentuk pemaknaan. Pengalaman komunikasi yang dimaksud. dalam penelitian ini adalah sesuatu yang dialami oleh individu dan berkaitan dengan proses dan dorongan sehingga menghasilkan tindakan.

Adapun pengalaman mahasiswa dan remaja dalam hasil penelitian ini tentunya komunikasi pada fenomena paylater dialami oleh individu meliputi proses sehingga mendorong adanya tindakan. Setiap pengalaman yang dialami oleh informan memiliki karakteristik yang berbeda dengan informan yang lainnya. Dengan demikian pengalaman komunikasi pengguna paylater pada mahasiswa di Surabaya dapat digambarkan sebagai suatu pengalaman komunikasi yang dilandasi kesadaran mereka terhadap pemilihan pembayaran paylater. Dalam bertransaksi, membentuk realitas baru menentukan tindakan apa yang harus dilakukan serta keputusan apa yang diambil.

Bagi pengguna paylater terdapat motif dan penerimaan terhadap kondisi gaya hidupnya yang berbeda antara pengguna. Ketika motif terbentuk atas penyebab pengguna melakukan tindakan yang menjadi sebuah pengalaman. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, omongan omongan orang lain, dan informasi iklan (Wiradharma & Program, 2018). Dari wawancara informan akan dominan penceritaan pada diri sendiri selama menggunakan produk. Positif ataupun negatif pengalamannya akan diceritakan kepada orang lain. Pengalaman berpengaruh seberapa konsumen menilai pelayanan yang dialaminya. Setiap konsumen memiliki acuan penilaian yang berbeda dengan konsumen lainnya. Nyaman bagi individu tertentu belum tentu dirasakan nyaman bagi individu lainnya (Mahkota, 2014). Pentingnya mengubah pembeli internet yang ada menjadi pembeli berkelanjutan. dengan menyediakan pengalaman memuaskan belanja online

Informan pada penelitian ini membuktikan bagaimana pengalamannya dibagikan berdasarkan kesenangan atas manfaat yang mereka terima namun ada hal kekhawatiran. Seperti contoh, mahasiswa memiliki pengalaman menyenangkan selama memakai paylater karena

kemudahan tetapi mereka memikirkan bagaimana membayar tagihan paylater berikutnya. Pengalaman yang diceritakan memiliki makna positif tetapi ada sisi yang membuat pengalaman tersebut berdampak hanya sebagian saja yang menarik. Adapun juga pengalaman menunjukkan sisi negatif dalam penggunaan paylater seperti salah satu informan mendapat perlakuan yang kurang menyenangkan dari pihak penagih.

PayLater memang kadang membantu kalau dalam kondisi darurat, namun, ada kalanya hal ini malah menjerumuskan. Dari pengalaman yang diungkapkan oleh informan, mak akan tahu resiko yang akan terjadi jika informan tidak dapat melaksanakan kewajibannya sebagai pengguna paylater untuk pembayaran berkelanjutan

### **Dampak Negatif Penggunaan Paylater**

Penggunaan Paylater, meskipun memberikan kemudahan dalam bertransaksi, dapat memiliki dampak negatif, terutama jika tidak dikelola dengan bijak. Beberapa dampak negatif dari penggunaan Paylater antara lain:

1. Utang yang Meningkat: Penggunaan Paylater tanpa perencanaan keuangan yang baik dapat menyebabkan akumulasi utang yang tinggi. Ketergantungan pada skema pembayaran nanti dapat menyebabkan beban keuangan yang berlebihan di masa depan
2. Beban Bunga Tinggi: Layanan Paylater sering kali membebankan bunga yang tinggi, terutama jika pembayaran dilakukan melewati batas waktu tertentu. Bunga yang tinggi dapat membuat jumlah yang harus dibayar lebih besar dari harga awal barang atau jasa yang dibeli.
3. Dampak Psikologis: Penggunaan Paylater, terutama demi gengsi, dapat memberikan dampak psikologis yang negatif. Rasa stres dan kecemasan terkait dengan keuangan dapat muncul ketika pengguna menyadari besarnya utang yang harus mereka bayar.
4. Cicilan Bulanan yang Membengkak: Meskipun pembayaran dapat dilakukan secara cicilan bulanan, akumulasi cicilan dari berbagai transaksi dapat membuat beban bulanan semakin besar. Hal ini dapat mengurangi fleksibilitas keuangan pengguna.
5. Ketergantungan pada Gaya Hidup Konsumtif: Penggunaan Paylater demi gengsi dapat mengarah pada gaya hidup konsumtif yang tidak terkendali. Pengguna mungkin cenderung membeli barang atau layanan yang sebenarnya tidak mereka butuhkan hanya untuk memenuhi ekspektasi sosial.
6. Risiko Keamanan Data: Transaksi melalui platform Paylater melibatkan pertukaran data pribadi dan keuangan. Risiko keamanan data, seperti pencurian identitas atau penyalahgunaan informasi, menjadi potensi masalah terkait.

7. Penting untuk diingat bahwa dampak negatif ini tidak selalu terjadi dan dapat dihindari dengan manajemen keuangan yang bijak. Pengguna Paylater perlu memahami konsekuensi dari setiap transaksi dan hanya menggunakan layanan ini sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya

### **Cara Mengatasi Kecanduan Game Online**

Mengatasi penggunaan Paylater demi gengsi memerlukan pendekatan yang bijak dalam manajemen keuangan dan perubahan perilaku konsumen. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil untuk mengatasi penggunaan Paylater demi gengsi:

#### **1. Pemahaman Risiko dan Konsekuensi:**

Edukasi diri sendiri tentang risiko dan konsekuensi jangka panjang dari penggunaan Paylater. Pahami besarnya bunga dan biaya yang dapat dikenakan.

#### **2. Buat Anggaran:**

Buat anggaran keuangan bulanan yang mencakup pendapatan dan pengeluaran. Tentukan batas pengeluaran untuk setiap kategori, termasuk gaya hidup dan hiburan.

#### **3. Prioritaskan Kebutuhan:**

Fokus pada pemenuhan kebutuhan daripada keinginan. Pertimbangkan dengan cermat sebelum membuat pembelian untuk memastikan bahwa itu benar-benar diperlukan.

#### **4. Hentikan Penggunaan Paylater:**

Berhentilah menggunakan layanan Paylater, terutama jika sudah mengalami kesulitan keuangan atau terlilit utang. Hindari menambah utang baru.

#### **5. Renegosiasi atau Konsolidasi Utang:**

Jika sudah memiliki utang Paylater, coba renegosiasi dengan penyedia layanan untuk membahas opsi pembayaran yang lebih terjangkau atau konsolidasi utang ke produk dengan bunga yang lebih rendah.

#### **6. Kembangkan Keterampilan Keuangan:**

Tingkatkan literasi keuangan Anda. Pelajari tentang manajemen keuangan pribadi, investasi, dan cara membuat keputusan keuangan yang bijak.

#### **7. Pertimbangkan Alternatif:**

Cari alternatif untuk memenuhi keinginan gengsi tanpa harus berutang. Mungkin ada cara lain untuk mendapatkan barang atau layanan yang diinginkan tanpa menggunakan Paylater.

#### **8. Berkonsultasi dengan Konselor Keuangan:**

Jika merasa kesulitan mengelola utang, pertimbangkan untuk berkonsultasi dengan konselor keuangan. Mereka dapat memberikan saran yang lebih khusus sesuai dengan situasi finansial Anda.

9. Buat Rencana Pelunasan:

Buat rencana pelunasan utang yang realistis. Tentukan target waktu untuk melunasi utang dan buat perubahan dalam gaya hidup jika diperlukan.

10. Berkomunikasi dengan Teman dan Keluarga:

Jangan ragu untuk berbicara dengan teman atau keluarga tentang situasi keuangan Anda. Mereka mungkin memberikan dukungan moral dan bahkan saran praktis.

Mengatasi penggunaan Paylater demi gengsi memerlukan komitmen, disiplin, dan kesadaran akan pentingnya keseimbangan antara gaya hidup yang diinginkan dan keuangan yang sehat.

## **KESIMPULAN**

Penggunaan Paylater demi gengsi, terutama oleh generasi muda, dapat memiliki dampak serius pada situasi keuangan individu. Fenomena ini tidak hanya dipicu oleh kebutuhan akan barang atau layanan, tetapi juga oleh desakan sosial dan dorongan untuk mempertahankan citra diri di dunia digital. Dalam mengatasi masalah ini, langkah-langkah edukasi, manajemen keuangan, dan perubahan perilaku konsumen perlu diimplementasikan.

Dari hasil penelitian dan pembahasan, terlihat bahwa tingkat pendapatan dan pendidikan memainkan peran kunci dalam menentukan kecenderungan individu untuk menggunakan Paylater demi gengsi. Tingkat literasi keuangan dan pemahaman akan risiko utang perlu ditingkatkan, terutama di kalangan generasi muda yang lebih rentan terhadap pengaruh media sosial.

## **SARAN**

Dalam menanggapi kompleksitas dampak penggunaan Paylater demi gengsi, sejumlah saran perlu dipertimbangkan untuk menciptakan perubahan positif dalam perilaku konsumtif, khususnya di kalangan generasi muda. Pertama, perlu ditingkatkan literasi keuangan melalui program edukasi yang melibatkan pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta. Ini akan membekali individu dengan pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan konsekuensi finansial dari penggunaan Paylater. Kolaborasi yang erat antara penyedia layanan Paylater dan pihak terkait dapat membentuk inisiatif pendidikan konsumen. Dengan



menyediakan informasi yang transparan dan jelas tentang biaya dan risiko yang terlibat, penyedia layanan dapat membantu pengguna membuat keputusan yang lebih sadar.

Sementara itu, para influencer di media sosial dapat memainkan peran penting dalam mempromosikan gaya hidup sehat secara finansial. Dengan menggeser fokus dari konsumsi berlebihan menuju prioritas keuangan yang lebih bijak, mereka dapat membantu membentuk persepsi positif terhadap manajemen keuangan.

Terakhir, pengembangan komunitas dukungan secara online dapat menciptakan ruang untuk berbagi pengalaman, memberikan dukungan, dan memberikan inspirasi positif dalam mengatasi kesulitan keuangan. Kolaborasi lintas sektor dan upaya bersama adalah kunci untuk menciptakan perubahan positif dalam pola perilaku konsumen, membawa dampak yang berkelanjutan dalam masyarakat.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Asmara, S. Y., & Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, F. L. S. dan H. U. N. S. (2005), MOTIF PENGHINDARAN IKLAN POP ADS DAN VIDEO ADS PADA YOUTUBE OLEH WARGANET. Commercium. 0-9*
- Lina, & Rosvid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi, 2(4), 5-14.*
- Aristanti, N. D. (2020). (2020) PayLater, Kartu KreditZaman Now yang Ternyata Bisa Bikin Kalap Belanja!*
- Irianto, I D. (2006). Gaya Hidup Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Time. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur*