

Perilaku *Overspending Behavior* Mahasiswa Akuntansi dan Non-Akuntansi: Sebuah Pendekatan *Multigroup Analysis*

Novan Wisuma Nugroho¹, Tito IM. Rahman Hakim^{2*}, Rahmat Zuhdi³, Anis Wulandari⁴

^{1, 2, 3, 4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura

*Korespondensi: tito.rhakim@trunojoyo.ac.id

Tanggal Masuk:

17 April 2026

Tanggal Revisi:

20 Juli 2026

Tanggal Diterima:

29 Juli 2026

Keywords:

FOMO;
Overspending Behavior,
Saving Behavior,
Multigroup Analysis.

How to cite (APA 6th style)

Nugroho, N. W., Hakim, T. I. M. R.,
Zuhdi, R., & Wulandari, A. (2026).
Perilaku Overspending Behavior
Mahasiswa Akuntansi dan Non-
Akuntansi: Pendekatan Multigroup
Analysis. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*
(JEA), 8 (3), 1137-1153.

DOI:

<https://doi.org/10.24036/jea.v8i3.4594>

Abstract

This study examines the influence of fear of missing out (FOMO) on overspending behavior among college students, as well as the role of saving behavior as a moderating variable. Data were collected from 443 active college students at various universities in Indonesia and analyzed using PLS-SEM and multigroup analysis. The results show that FOMO has a positive and significant effect on overspending behavior. However, saving behavior does not significantly moderate this relationship. The multigroup analysis results reveal that the effect of FOMO on overspending behavior is stronger among non-accounting students compared to accounting students. In addition, the moderating role of saving behavior is only evident among students studying in Java, but not in other regions. Theoretically, this study highlights the importance of social pressure, reflected in FOMO, as a key driver of overspending behavior, while also demonstrating that the effectiveness of financial self-control varies across educational and regional contexts. Practically, efforts to reduce overspending behavior should consider students' psychological characteristics and contextual differences, rather than relying solely on saving behavior as a control mechanism.



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Di tengah ketidakpastian ekonomi saat ini, perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa justru menunjukkan tren peningkatan yang signifikan (NielsenIQ, GFK, dan World Data Lab, 2024). Gen Z, yang juga merupakan mahasiswa, dinilai memiliki kecenderungan tinggi terhadap pembelian impulsif dan penggunaan layanan keuangan digital seperti *paylater* (Fatmawati & Suwardi, 2024; Ah Fook & McNeill, 2020; Osman et al., 2024). Fenomena *overspending* ini umumnya dikaitkan dengan kemudahan akses terhadap layanan keuangan (Xu et al., 2022; Yue et al., 2022) serta tekanan gaya hidup digital. Meski demikian, sebagian besar kajian masih berfokus pada faktor eksternal, sehingga belum mampu menjelaskan bagaimana dorongan internal individu memicu keputusan pengeluaran yang tidak rasional. Kajian yang lebih mendalam terhadap faktor psikologis sebagai pemicu utama perilaku

overspending sangat diperlukan, mengingat dampaknya yang signifikan terhadap stres finansial (Moore et al., 2021), penurunan kesejahteraan mental (Achtziger, 2022), hingga terganggunya pencapaian akademik mahasiswa.

Sejalan dengan urgensi tersebut, penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi berbagai pemicu *overspending behavior*, mulai dari kemudahan akses teknologi dan penggunaan layanan keuangan seperti *digital payment* (Ahn & Nam, 2022; Shah et al., 2024), penggunaan kartu kredit (Ming et al., 2021), hingga layanan *buy now pay later* (Fatmawati & Suwardi, 2024; Ah Fook & McNeill, 2020; Osman et al., 2024). Studi terdahulu namun belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana individu secara internal memproses tekanan sosial dalam pengambilan keputusan keuangan. Dalam hal ini, faktor psikologis yang melibatkan aspek kognitif dan emosional menjadi krusial untuk dikaji kembali (Ahn & Nam, 2022). Secara kognitif, individu rentan membentuk persepsi yang bias, sementara secara emosional individu dipicu oleh dorongan impulsif yang tidak selalu rasional (Saja & Fauzihardani, 2024). Interaksi kedua aspek tersebut tercermin dalam konstruk *fear of missing out* (FOMO), yakni perasaan khawatir tertinggal dari pengalaman sosial yang dianggap bernilai (Przybylski et al., 2013). FOMO yang dirasakan berpotensi mendorong individu untuk melakukan konsumsi sebagai respons terhadap tekanan sosial, sehingga memicu kecenderungan *overspending*.

Dinamika perkuliahan yang padat dan penuh tekanan menjadikan mahasiswa rentan mengalami tekanan mental (Ramadianto et al., 2022). Dalam kondisi tersebut, mahasiswa tidak hanya menghadapi tuntutan akademik, melainkan juga tekanan dari lingkungan sosial yang turut memengaruhi pengambilan keputusan mereka (Bunda & Sari, 2026). Paparan gaya hidup digital juga mendorong individu untuk tetap terhubung dengan lingkungannya, sehingga memunculkan FOMO (Dinh & Lee, 2022). FOMO yang tinggi membuat individu cenderung melakukan konsumsi bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan sebagai upaya untuk mempertahankan keterlibatan sosial. Hal ini sejalan dengan temuan Hussain et al. (2023) yang menyatakan bahwa FOMO berkontribusi signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif dan konsumtif di kalangan Gen Z. Dengan demikian, *overspending* dalam konteks mahasiswa dapat dipahami sebagai respons terhadap tekanan sosial yang dirasakan melalui FOMO.

Lebih lanjut, beberapa studi sebelumnya merekomendasikan perlunya penambahan elemen kontrol diri (Ahn & Nam, 2022) dan faktor demografis (Duffett & Charles, 2025; Du Plessis et al., 2025) untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh terkait *overspending behavior*. Dalam konteks mahasiswa, *saving behavior* dinilai tepat sebagai bentuk mekanisme kontrol diri yang dapat memoderasi dorongan psikologis terhadap pengeluaran berlebih. Selain itu, latar belakang budaya dan lingkungan individu juga dapat memengaruhi cara mereka merespons tekanan psikologis maupun dalam mengambil keputusan finansial. Oleh karena itu, studi ini menambahkan *saving behavior* sebagai variabel moderasi, serta menganalisis perbedaan antar kelompok demografi melalui pendekatan multigrup berdasarkan dimensi demografi.

Penelitian ini didasari oleh dua teori utama yang saling melengkapi dalam menjelaskan *overspending behavior* di kalangan mahasiswa. *Self-determination theory* menjelaskan bahwa individu terdorong oleh kebutuhan psikologis seperti kebutuhan akan penerimaan sosial dan penghargaan eksternal (Deci & Ryan, 1985), yang berkaitan erat dengan konteks FOMO. Kemudian *self-control theory* dari Baumeister (2002) digunakan untuk menjelaskan peran kontrol diri dalam menahan dorongan impulsif, yang menjadi landasan dalam memunculkan variabel penghambat *overspending* seperti *saving behavior*. Kedua teori ini membentuk dasar konseptual dalam memahami hubungan antara tekanan psikologis, mekanisme kontrol diri dan perilaku keuangan mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa dari berbagai universitas di seluruh Indonesia.

Untuk menganalisis perbedaan *overspending behavior* berdasarkan latar belakang budaya dan akademik, penelitian ini menerapkan analisis multigrup berdasarkan dimensi demografi yang dimotivasi oleh Duffett & Charles (2025) dan Du Plessis et al. (2025). Terdapat dua kategori dalam analisis multigrup ini, yakni berdasarkan latar belakang program studi, yaitu mahasiswa prodi akuntansi dan non-akuntansi dan asal universitas mahasiswa (Jawa, Madura, luar Jawa-Madura). Analisis ini dilakukan untuk memberikan temuan empiris yang lebih mendalam terkait perbedaan aspek demografi dan latar belakang pendidikan mahasiswa terkait *overspending behavior* mereka.

Melalui hasil pengujian ditemukan bahwa FOMO berpengaruh positif signifikan terhadap *overspending behavior*. Sementara itu, *saving behavior* secara keseluruhan tidak berhasil memoderasi hubungan tersebut. Melalui uji analisis multigrup ditemukan bahwa pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior* berbeda signifikan antara mahasiswa akuntansi dan non-akuntansi, yang mana pengaruh tersebut hanya signifikan pada mahasiswa non-akuntansi. Selain itu, peran moderasi *saving behavior* hanya terlihat pada mahasiswa yang berkuliah di wilayah Jawa, namun tidak pada kelompok wilayah lainnya. Penelitian ini berkontribusi pada literatur terkait *overspending behavior*. Pertama, secara teoretis penelitian ini menunjukkan bahwa tekanan sosial yang tercermin dalam FOMO menjadi faktor penting dalam mendorong *overspending behavior* pada mahasiswa. Selain itu, hasil analisis multigrup menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan dan wilayah turut memengaruhi bagaimana individu merespons tekanan tersebut. Kedua, secara praktis studi ini mencoba menggunakan *saving behavior* sebagai variabel moderasi, namun secara umum variabel ini tidak mampu memoderasi secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa *saving behavior* pada mahasiswa masih bersifat situasional dan belum cukup kuat untuk menahan dorongan konsumtif yang dipicu oleh FOMO. Diperlukan pula pelatihan kepada mahasiswa terkait literasi dan manajemen keuangan pribadi mengacu pada aspek FOMO, *saving behavior* dan karakteristik demografis.

REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

Self-Determination Theory

Self-determination theory yang dikembangkan oleh Deci & Ryan (1985) menjelaskan bahwa individu memiliki tiga kebutuhan psikologis utama, yaitu *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Dalam konteks mahasiswa, munculnya FOMO dapat dipahami sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan *relatedness* (Przybylski et al., 2013), yakni keinginan agar tetap merasa terhubung dan diakui dalam lingkungan sosial. Dalam situasi ini, konsumsi tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan fungsional, melainkan menjadi sarana untuk mempertahankan keterlibatan sosial dan memperoleh validasi dari lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FOMO yang tinggi cenderung lebih rentan terhadap perilaku *overspending* (Hussain et al., 2023). Dengan demikian, *self-determination theory* memberikan kerangka yang logis untuk memahami bagaimana tekanan terhadap kebutuhan psikologis dapat mendorong perilaku *overspending* pada mahasiswa.

Self-Control Theory

Self-control theory menjelaskan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan sesaat sangat penting untuk mencapai tujuan jangka panjang (Baumeister, 2002). Dalam konteks keuangan, pengendalian diri ini tercermin dalam perilaku menabung yang menjadi bentuk nyata dari upaya menunda kepuasan instan demi kestabilan finansial di masa depan (Aminuddin et al., 2022). *Saving behavior* tidak hanya mencerminkan kedisiplinan finansial, tetapi juga menjadi salah satu cara individu membatasi kecenderungan untuk melakukan pengeluaran secara impulsif. Individu yang terbiasa menabung cenderung lebih mampu membuat keputusan keuangan secara rasional dan terhindar dari perilaku konsumtif

yang merugikan (Gupta & Mukherjee, 2024). Dengan demikian, teori ini memberikan pemahaman bahwa pengendalian diri memiliki peran penting dalam menjaga keseimbangan antara kebutuhan sesaat dan keamanan finansial jangka panjang. Artinya, *saving behavior* dapat menjadi mekanisme untuk mengurangi dampak negatif *overspending behavior* karena adanya FOMO yang dirasakan oleh individu tertentu (Aenaya et al., 2024; Allom et al., 2018).

FOMO dan *Overspending Behavior*

FOMO dimaknai sebagai rasa takut tertinggal akan pengalaman atau momen berharga yang orang lain nikmati (Przybylski et al., 2013), terutama di era media sosial yang menghadirkan gambaran terus-menerus tentang kehidupan orang lain (Kowalczyk et al., 2021; Kumar & Kumar, 2024; Tandon et al., 2021). Dalam kondisi ini, individu cenderung melihat realitas secara bias dan terdorong untuk tetap terhubung sehingga memperkuat munculnya FOMO dalam pengambilan keputusan keuangan mereka (Saja & Fauzihardani, 2024). Perasaan ini menciptakan tekanan psikologis yang membuat seseorang merasa harus selalu mengikuti tren terbaru agar tidak merasa tersisih (Lu & Sinha, 2024). Dalam konteks *self-determination theory*, FOMO merupakan dorongan internal yang membentuk *overspending behavior* (Deci & Ryan, 1985). FOMO merepresentasikan *relatedness* mengacu pada *self determination theory*, yang memicu individu melakukan pembelian impulsif sebagai cara menjaga keterhubungan sosial dengan lingkungan sekitar (Przybylski et al., 2013). Dengan kata lain, pembelian itu bukan hanya soal memenuhi kebutuhan materi, tapi juga upaya mempertahankan status dan rasa diterima di lingkungan sosialnya.

Berbagai penelitian juga mendukung hubungan antara FOMO dan *overspending behavior*. Aydin et al. (2021) dan Neumann (2020) menemukan bahwa individu dengan tingkat FOMO tinggi cenderung lebih impulsif dan sering melakukan pembelian kompulsif. Lu & Sinha (2024) turut menjelaskan bahwa konsumsi sosial media berlebihan mengakibatkan FOMO yang mendorong individu mencari pelarian lewat konsumsi yang berlebihan pula. Paparan media sosial yang terus-menerus memperkuat dorongan untuk menyamai barang dan pengalaman yang dimiliki orang lain karena nilai simboliknya (Dinh et al., 2023). Studi oleh Hussain et al. (2023) mengonfirmasi bahwa FOMO memiliki korelasi positif signifikan dengan *compulsive buying behavior* di kalangan mahasiswa, yang akhirnya berujung pada *overspending behavior*. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: FOMO berpengaruh positif terhadap *overspending behavior* mahasiswa.

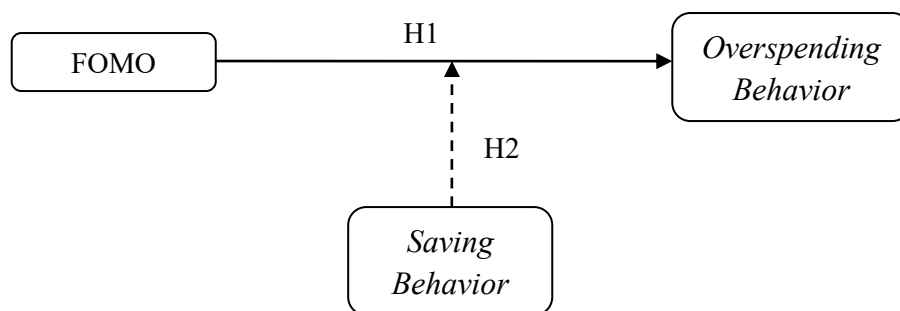
Saving Behavior* sebagai Moderasi antara FOMO dan *Overspending Behavior

Saving behavior merupakan pola perilaku finansial yang mencerminkan upaya individu untuk menyisihkan sebagian pendapatannya demi kepentingan masa depan (Aminuddin et al., 2022). Kebiasaan ini mencerminkan kontrol diri dan kemampuan menunda kepuasan sesaat demi tujuan jangka panjang. Dalam kerangka *self-control theory* individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung mampu menahan dorongan impulsif (Baumeister, 2002), termasuk dalam hal pengeluaran yang tidak direncanakan (Cobb-Clark et al., 2023). Dengan demikian, mengacu pada *self-control theory*, *saving behavior* dapat berfungsi sebagai pengendali terhadap FOMO yang mendorong perilaku konsumtif, seperti *overspending behavior* (Aenaya et al., 2024; Allom et al., 2018). Dalam konteks psikologis, *saving behavior* dipandang sebagai benteng yang melindungi individu dari pengaruh negatif faktor eksternal, seperti tekanan dari media sosial atau kelelahan akademik, yang memicu pembelian impulsif dan *overspending behavior*.

Studi Gupta & Mukherjee (2024) menunjukkan bahwa *saving behavior* secara signifikan dapat mengurangi kecenderungan konsumsi impulsif. Allom et al. (2018) mendapatkan temuan serupa bahwa *saving behavior* memperlemah tendensi individu untuk

melakukan *overspending behavior*. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memiliki kebiasaan menabung lebih mampu menahan dorongan untuk melakukan *overspending*, meskipun berada dalam tekanan sosial atau emosional. Oleh karena itu, *saving behavior* diposisikan sebagai variabel moderasi yang berpotensi memperlemah hubungan antara faktor psikologis, yaitu FOMO dan *overspending behavior*. Dengan kata lain, semakin tinggi *saving behavior* yang dimiliki mahasiswa, maka semakin kecil kecenderungan mereka untuk melakukan pengeluaran berlebihan meskipun mengalami tekanan psikologis untuk tetap merasa terhubung dengan lingkungan sosialnya. Maka hipotesis yang diajukan adalah:
H2: *Saving behavior* memoderasi pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior*.

METODE PENELITIAN



Gambar 1. Model Penelitian

Data dan Sampel

Pengumpulan data primer digunakan untuk memeriksa kecenderungan perilaku yang terkait dengan pengeluaran berlebihan di kalangan mahasiswa. Sebagai media pengumpulan data, kuesioner daring disebarakan melalui Google Formulir. Tautan survei (<http://bit.ly/YukIsiSpending>) disebarakan di berbagai *platform* media sosial, komunitas akademik, dan organisasi kemahasiswaan, dengan target partisipan mahasiswa yang aktif terdaftar di universitas yang berlokasi di seluruh Indonesia (Jawa, Madura, dan wilayah di luar Jawa-Madura). Metode *convenience sampling* dipilih untuk memudahkan pemilihan responden dan penyebaran kuesioner, terutama karena penelitian ini menggunakan analisis multigrup dan melihat karakteristik demografi responden. Karakteristik ini dianggap penting untuk mengamati perbedaan perilaku potensial berdasarkan kesenjangan pembangunan ekonomi regional dan dimensi budaya.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan aplikasi *G*Power* karena dapat menentukan minimal sampel yang diperlukan. Hasil dari perhitungan *G*Power* didapatkan minimal sampel sebesar 103 sampel. Untuk memeriksa kemungkinan adanya bias *Common Method Variance* (CMV), dilakukan uji Harman's One-Factor Test yang hasilnya tidak terdapat masalah terkait CMV. Sebanyak 451 tanggapan diperoleh selama periode pengumpulan yang berlangsung dari 27 Februari 2025 hingga 31 Mei 2025. Setelah menghapus tanggapan dari responden yang sebelumnya telah mengikuti uji coba (*pilot test*), 443 kuesioner yang valid dan lengkap dipertahankan untuk analisis akhir. Responden ini dikelompokkan berdasarkan dua proksi demografis utama: program studi dan asal universitas. Secara khusus, 210 mahasiswa (47%) terdaftar di program studi akuntansi, sementara 233 mahasiswa (53%) berasal dari program studi non-akuntansi. Dalam hal representasi geografis, 191 mahasiswa (43%) belajar di universitas yang berlokasi di Pulau Jawa, 208 mahasiswa (47%) berlokasi di Madura, dan 44 mahasiswa (10%) lainnya terdaftar di universitas yang berlokasi di luar wilayah Jawa-Madura. Tabel 1 secara lengkap menyajikan data terkait demografi responden, mulai dari gender, semester, program studi, asal universitas, asal responden dan rata-rata pengeluaran bulanan.

Tabel 1
Demografi Responden

Kategori	Detail	N	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	94	21%
	Perempuan	349	79%
Semester	Semester 1	1	0,23%
	Semester 2	84	19%
	Semester 3	2	0,45%
	Semester 4	79	18%
	Semester 5	6	1%
	Semester 6	108	24%
	Semester 7	13	3%
	Semester 8	147	33%
	> Semester 8	3	1%
Program Studi	Akuntansi	210	47%
	Non-Akuntansi	233	53%
Asal Daerah Universitas	Jawa	191	43%
	Madura	208	47%
	Luar Jawa & Madura	44	10%
Asal Responden	Jawa	281	63%
	Madura	101	23%
	Luar Jawa & Madura	61	14%
Rata-Rata Pengeluaran Bulanan	< Rp 500.000	92	21%
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	215	49%
	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	104	23%
	> Rp 2.000.000	32	7%

Variabel dan Pengukuran ***Overspending Behavior***

Overspending behavior menggambarkan kecenderungan individu dalam mengeluarkan uang secara berlebihan melebihi kapasitas finansialnya (Veludo-de-Oliveira et al., 2004). Perilaku ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti dorongan emosional (Kim & Chang, 2023), tekanan sosial, hingga kemudahan teknologi dalam melakukan transaksi (Shah et al., 2024). Pada kalangan mahasiswa, *overspending behavior* sering kali berkaitan dengan upaya mempertahankan gaya hidup atau menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial melalui pembelian berlebihan (Mueller et al., 2011). Dalam penelitian ini, *overspending behavior* diukur menggunakan instrumen dari Setiawan et al. (2020) yang terdiri dari 7 item pernyataan yang dinilai menggunakan skala Likert 7 poin, mulai dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju”.

Fear of Missing Out (FOMO)

FOMO merupakan bentuk kekhawatiran akan tertinggal dari pengalaman sosial orang lain (Przybylski et al., 2013), sehingga mendorong individu untuk terus terhubung dengan lingkungan sosial, termasuk dalam aspek konsumsi. Fenomena ini semakin relevan dalam konteks era digital yang mana media sosial menciptakan tekanan tersendiri bagi mahasiswa untuk selalu terlibat dan tampil eksis, yang mengarah pada perilaku konsumtif yang berlebihan (Kumar & Kumar, 2024; Tandon et al., 2021). Studi ini mengukur FOMO dengan

instrumen dari Przybylski et al. (2013) yang berisi 10 item pertanyaan dan mengukur sejauh mana individu merasa cemas dan tertekan karena tidak dapat ikut serta dalam aktivitas sosial tertentu. Skala pengukuran menggunakan skala Likert 7 poin, dari “Sangat Tidak Sesuai dengan Diri Saya” hingga “Sangat Sesuai dengan Diri Saya”.

Saving Behavior

Saving behavior mencerminkan kebiasaan individu dalam menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk keperluan masa depan, sebagai bentuk kontrol diri dan perencanaan keuangan yang sehat (Aminuddin et al., 2022). Dalam konteks penelitian ini, *saving behavior* diposisikan sebagai variabel moderasi yang berpotensi mengurangi dampak negatif dari faktor psikologis (FOMO) terhadap *overspending behavior*. Individu dengan kebiasaan menabung umumnya lebih cermat dalam pengeluaran dan memiliki ketahanan terhadap tekanan konsumsi yang bersifat emosional maupun sosial (Morgan & Long, 2020). Variabel ini diukur menggunakan instrumen dari Sirine & Utami (2016) yang menggunakan skala Likert 7 poin, mulai dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju” dan terdiri dari 8 item pernyataan.

Teknik Analisis Data

Untuk menguji model penelitian ini, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) diberdayakan melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Analisis PLS-SEM merupakan alat yang dipilih karena analisis ini menghasilkan bias parameter yang lebih minim dibandingkan pemodelan persamaan struktural berbasis kovarians (Hair & Sarstedt, 2019). Metode ini juga bisa mengakomodasi model struktural yang kompleks (Hair et al., 2019). Sebelum menguji hubungan antar konstruk dalam model struktural, terlebih dahulu dilakukan evaluasi model pengukuran (*outer model*). Evaluasi ini mencakup uji validitas konvergen yang ditinjau melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), serta reliabilitas konstruk berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Selain itu, dilakukan pula uji validitas diskriminan dengan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* dan HTMT.

Model yang dinyatakan valid dan reliabel, selanjutnya dilakukan pengujian model struktural (*inner model*). Pertama dilakukan uji kecocokan model melalui nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), nilai koefisien jalur (*path coefficient*), nilai R^2 , serta signifikansi statistik dengan melakukan *bootstrapping*. Langkah berikutnya adalah menguji apakah terdapat perbedaan pengaruh antar kelompok. Aplikasi SmartPLS 4 digunakan dengan menambahkan pengujian analisis multigrup. Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi perbedaan hubungan antar konstruk pada dua kategori demografi mahasiswa, yakni berdasarkan program studi (Akuntansi vs Non-Akuntansi), dan berdasarkan daerah asal universitas (Jawa vs Madura vs Luar Jawa & Madura).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Evaluasi Outer Model

Tabel 2 menyajikan nilai *loading factor* masing-masing item, dengan ambang batas minimum 0,708 sebagaimana disarankan oleh Hair et al. (2019). Item dengan nilai di bawah ambang batas dieliminasi dan dikeluarkan dari model. Selanjutnya, reliabilitas konstruk diamati melalui nilai *Cronbach's Alpha* dengan batas minimum 0,70 (Hair et al., 2019). Selain itu, nilai *Composite Reliability* (CR) setiap konstruk yang lebih besar dari 0,70 (Hair et al., 2019) menandakan adanya konsistensi internal konstruk yang baik. Validitas konvergen pun terpenuhi, ditunjukkan dengan nilai AVE yang melebihi 0,50 pada semua konstruk (Hair et al., 2019).

Lebih lanjut, hasil validitas diskriminan berdasarkan pendekatan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) yang disajikan pada Tabel 3 menunjukkan nilai di bawah ambang batas 0,90, sesuai dengan rekomendasi dari Henseler et al. (2015). Selain itu, Tabel 4 menunjukkan hasil validitas diskriminan berdasarkan kriteria *Fornell-Larcker*, yang mana nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya, sehingga mendukung terpenuhinya validitas diskriminan (Fornell & Larcker, 1981). Berdasarkan kedua pendekatan tersebut, bisa disimpulkan bahwa model pengukuran telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas yang baik dan lolos uji *outer model*.

Tabel 2
Hasil Pengukuran *Outer Model* Reliabilitas & Validitas Konvergen

Konstruk	Item	Loadings	Cronbach Alpha	Composite Reliability	AVE
FOMO	FOMO 3	0,823	0,847	0,891	0,620
	FOMO 4	0,838			
	FOMO 7	0,717			
	FOMO 8	0,770			
	FOMO 10	0,784			
<i>Saving Behavior</i> (SB)	SB 1	0,708	0,884	0,910	0,592
	SB 2	0,795			
	SB 3	0,773			
	SB 4	0,837			
	SB 6	0,747			
	SB 7	0,803			
	SB 8	0,713			
<i>Overspending Behavior</i> (OB)	OB 1	0,738	0,863	0,898	0,594
	OB 2	0,780			
	OB 3	0,711			
	OB 4	0,797			
	OB 5	0,768			
	OB 7	0,827			

Note: Item yang dihapus (*outer loading* < 0.708) → FOMO (1, 2, 5, 6, 9), SB 5, OB 6

Tabel 3
Validitas Diskriminan (Kriteria HTMT)

	FOMO	<i>Overspending Behavior</i>	<i>Saving Behavior</i>	FOMO* <i>Saving Behavior</i>
FOMO				
<i>Overspending Behavior</i>	0,307			
<i>Saving Behavior</i>	0,100	0,278		
FOMO* <i>Saving Behavior</i>	0,049	0,048	0,130	

Tabel 4
Validitas Diskriminan (Kriteria Fornell-Larcker)

	FOMO	<i>Overspending Behavior</i>	<i>Saving Behavior</i>
FOMO	0,729		
<i>Overspending Behavior</i>	0,177	0,154	
<i>Saving Behavior</i>	-0,175	-0,164	-0,036

Penilaian *Inner Model*

Kecocokan model diukur dengan menggunakan nilai SRMR. Nilai SRMR pada model estimasi sebesar 0,065, yang berada di bawah batas yang direkomendasikan yakni 0,80 (Henseler, 2017). Selanjutnya, kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen dievaluasi melalui nilai *adjusted R²*. Berdasarkan hasil yang diperoleh, konstruk *overspending behavior* memiliki *adjusted R²* sebesar 0,148. Ini berarti bahwa variabel FOMO berkontribusi sebesar 14,8% dalam menjelaskan variasi *overspending behavior*.

Tabel 5 menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *overspending behavior* mahasiswa ($\beta = 0,298$, $p = 0,000$), yang berarti mendukung H1. Kemudian *saving behavior* tidak mampu memoderasi pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior*, dengan begitu H2 ($\beta = -0,076$, $p = 0,092$) ditolak. Pada Tabel 5 bisa dilihat nilai ukuran efek masing-masing variabel laten independen terhadap R^2 dari variabel laten dependen. Nilai *effect size* (f^2) menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh kecil hingga mendekati moderat terhadap *overspending behavior* ($f^2 = 0,104$), sedangkan efek moderasi *saving behavior* tergolong sangat kecil ($f^2 = 0,008$).

Tabel 5
Hasil Pengujian Hipotesis dan Besaran Efek

No	Hubungan Hipotesis	<i>Original Sample</i>	<i>p-value</i>	Kesimpulan	R^2	f^2	Interpretasi
H1	FOMO→OB	0,298	0,000*	Diterima	0,148	0,04	Moderate
H2	FOMO*SB→OB	-0,076	0,092	Ditolak		0,008	Small

Note: * $p < 0,05$. FOMO, SB (*Saving Behavior*), OB (*Overspending Behavior*).

Analisis Multigrup

Sebagai analisis tambahan, analisis multigrup digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan pengaruh yang signifikan antar kelompok yang dibandingkan. Pada penelitian ini terdapat 2 kelompok yang diuji, berdasarkan program studi (Akuntansi vs Non-Akuntansi) dan berdasarkan asal universitas (Jawa vs Madura vs Luar Jawa & Madura). Hasil uji analisis multigrup berdasarkan program studi tercermin pada Tabel 6 yang menunjukkan bahwa FOMO-OB berpengaruh positif signifikan hanya pada kelompok Non-Akuntansi ($\beta = 0,380$, $p = 0,000$), FOMO*SB-OB berpengaruh signifikan hanya pada kelompok Non-Akuntansi ($\beta = -0,183$, $p = 0,002$). Berdasarkan kelompok program studi, perbedaan pengaruh yang signifikan terjadi pada hubungan FOMO-OB ($p = 0,017$).

Selanjutnya pada kelompok asal universitas, hasil pengujian tercermin pada Tabel 7 yang menunjukkan bahwa FOM-OB berpengaruh positif signifikan hanya terjadi pada kelompok A ($\beta = 0,341$, $p = 0,000$) dan C ($\beta = 0,339$, $p = 0,003$). FOMO*SB-OB berpengaruh negatif signifikan hanya pada kelompok A ($\beta = -0,208$, $p = 0,000$). Berdasarkan kelompok asal universitas ditemukan perbedaan pengaruh yang signifikan hanya dalam hubungan FOMO*SB-OB pada kelompok A vs. C dengan nilai signifikansi ($p = 0,038$).

Tabel 6
Analisis Multigroup Program Studi: Akuntansi vs Non-Akuntansi

No	Hubungan Hipotesis	<i>Original Sample</i> (Akuntansi)	<i>Original Sample</i> (Non-Akuntansi)	<i>p-value</i> Akuntansi	<i>p-value</i> Non-Akuntansi	<i>p-value</i> MGA (Akuntansi vs. Non-Akuntansi)
H1	FOMO→OB	0,178	0,380	0,106	0,000*	0,017*
H2	FOMO*SB→OB	-0,028	-0,183	0,767	0,002*	0,160

Note: * $p < 0,05$. FOMO, SB (*Saving behavior*), OB (*Overspending behavior*).

Tabel 7
Analisis Multigroup Asal Universitas: Jawa vs. Madura vs. Luar Jawa & Madura

No	Hubungan Hipotesis	Original Sample A	Original Sample B	Original Sample C	p-value A	p-value B	p-value C	p-value MGA (A vs. B)	p-value MGA (A vs. C)	p-value MGA (B vs. C)
H1	FOMO→OB	0,341	0,177	0,339	0,000*	0,146	0,003*	0,093	0,995	0,283
H2	FOMO*SB→OB	-0,208	-0,033	0,103	0,000*	0,765	0,423	0,160	0,038*	0,420

Note: * $p < 0,05$. FOMO, SB (*Saving Behavior*), OB (*Overspending Behavior*). A (Jawa), B (Madura), C (Luar Jawa & Madura).

Diskusi

Pengaruh FOMO terhadap *Overspending Behavior*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap *overspending behavior*, sehingga H1 diterima. Hasil ini memberikan dukungan pada *self-determination theory* dalam menjelaskan fenomena *overspending behavior*. Temuan ini juga sejalan dengan temuan dari studi Aydin et al. (2021), Dinh et al. (2023), Hussain et al. (2023), Lu & Sinha (2024) dan Neumann (2020). Dalam konteks ini, *overspending behavior* dapat dilihat sebagai respons maladaptif dari FOMO yang dilakukan mahasiswa sebagai upaya mempertahankan keterhubungan (*relatedness*) sosial dalam lingkungannya selaras dengan salah satu aspek pada *self-determination theory* (Przybylski et al., 2013).

Mengacu pada *self-determination theory*, individu memiliki kebutuhan mendasar akan *relatedness* yang mendorong individu untuk tetap terhubung dengan lingkup sosial di sekitar mereka (Deci & Ryan, 1985). Oleh karena itu mahasiswa yang sering terpapar konten gaya hidup dan pembelian yang dilakukan oleh teman sebaya di media sosial cenderung merasakan dorongan emosional untuk meniru dan mengikuti tren tersebut agar terhindar dari perasaan tertinggal (Dinh et al., 2023). Lebih lanjut, temuan ini memperkuat studi sebelumnya, bahwa paparan media sosial memperkuat tekanan untuk tampil serupa dan memotivasi pembelian impulsif sebagai bentuk kompensasi psikologis (Lu & Sinha, 2024). Hal ini sekaligus menegaskan bahwa keterhubungan sosial menjadi salah satu pemicu utama perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Saving Behavior Memoderasi Pengaruh FOMO terhadap *Overspending Behavior*

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa *saving behavior* tidak mampu memperlemah hubungan antara FOMO dan *overspending behavior* secara signifikan, karenanya H2 ditolak. Temuan ini tidak berhasil mendukung *self-control theory*, yang menyatakan bahwa perilaku menabung dapat menjadi bentuk kontrol diri dalam menghambat *overspending behavior*. Hasil ini juga tidak sejalan dengan studi Cobb-Clark et al. (2023) dan Gupta & Mukherjee (2024) yang menunjukkan *saving behavior* bisa menjadi mekanisme kontrol diri dalam mencegah *overspending behavior*. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi kontrol dari *saving behavior* justru tidak muncul secara signifikan, terutama dalam konteks mahasiswa.

Secara teoretis, *saving behavior* dipahami sebagai bentuk keputusan keuangan yang rasional dan sadar, yang mencerminkan upaya individu untuk mengendalikan pengeluaran. Dalam konteks mahasiswa sebaliknya, keterbatasan finansial bisa menjadi hambatan dalam membentuk kebiasaan menabung yang stabil. Sebagian besar dari mereka masih bergantung pada uang saku dari orang tua (Aydin & Akben Selcuk, 2019; Kumar et al., 2022), sehingga dengan kemampuan finansial yang terbatas, uang yang dimiliki hanya cukup untuk

memenuhi kebutuhan dasar sehari-hari (Norasibah et al., 2020). Data demografis responden studi ini juga menunjukkan bahwa hampir 50% responden memiliki pengeluaran bulanan pada rentang rendah hingga menengah. Dalam kondisi ini, menabung bukan menjadi prioritas, melainkan dilakukan secara situasional ketika ada sisa dana. Akibatnya, *saving behavior* lebih bersifat sementara dan jangka pendek, bukan sebagai kontrol diri yang konsisten terhadap tekanan psikologis.

Di sisi lain, terdapat ketidaksesuaian karakteristik antara *saving behavior* dan FOMO yang bersifat emosional. *Saving behavior* merupakan keputusan yang sadar dan strategis (Hasan & Rahman, 2023), sedangkan FOMO lebih dipengaruhi oleh emosi dan impuls sosial. Dorongan untuk tetap terhubung dan tidak tertinggal dari lingkungan sosial sering kali terjadi secara cepat, sehingga sulit dikendalikan hanya melalui kebiasaan menabung (Laursen & Veenstra, 2021). Dengan demikian, peran moderasi *saving behavior* menjadi lemah dan tidak cukup untuk menahan pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior*. Temuan ini dapat dijelaskan dari perspektif *self-determination theory* (Deci & Ryan, 1985) yang salah satu postulatnya menjelaskan adanya pengeluaran yang kadang bersifat tidak rasional. Deci & Ryan (1985) menambahkan bahwa meskipun secara mental individu mencoba untuk bertindak rasional, namun pengeluaran riil yang dilakukan lebih banyak dipengaruhi oleh aspek psikologis individu yang irasional seperti FOMO yang dihubungkan dengan *relatedness*. Mahasiswa yang memiliki uang untuk melakukan *saving* serta paham pentingnya aktivitas ini, tetap melakukan *overspending* karena kebutuhan pemenuhan aspek psikologis yang tidak rasional seperti FOMO lebih besar.

Analisis Multigrup Program Studi dan Asal Universitas

Hasil uji analisis multigrup berdasarkan program studi menunjukkan bahwa hubungan FOMO terhadap *overspending behavior* hanya signifikan pada kelompok mahasiswa non-akuntansi, sedangkan pada mahasiswa akuntansi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hasil uji analisis multigrup juga menunjukkan adanya perbedaan pengaruh yang signifikan antara kedua kelompok tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa non-akuntansi cenderung lebih rentan terhadap dorongan FOMO dalam melakukan *overspending* dibandingkan mahasiswa akuntansi. Hal ini dapat dimaknai bahwa mahasiswa akuntansi memiliki pemahaman yang lebih baik terkait pengelolaan keuangan (Berlinger et al., 2025), sehingga lebih mampu mempertimbangkan konsekuensi finansial dari setiap keputusan konsumsi yang dilakukan. Dalam konteks mahasiswa akuntansi, temuan penelitian tidak memberikan dukungan pada *self-determination theory*. Hal ini menunjukkan superioritas mahasiswa akuntansi untuk tidak terjebak pada tindakan pengeluaran yang impulsif karena adanya literasi finansial yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa non-akuntansi.

Lebih lanjut, interaksi antara FOMO dan *saving behavior* menunjukkan peran moderasi yang signifikan hanya pada kelompok program studi non-akuntansi. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang berasal dari program studi non-akuntansi dapat lebih mampu menahan diri dan melakukan *saving behavior* sesuai dengan postulat *self-control theory*. Temuan dari analisis multigrup juga menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh yang signifikan pada efek moderasi antar kelompok. Temuan ini dapat dimaknai bahwa *saving behavior* belum mampu berperan sebagai mekanisme kontrol diri yang efektif dalam menahan pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior* bagi mahasiswa akuntansi. Hasil ini memberikan dukungan pada *self-control theory* secara parsial, dikarenakan *saving behavior* terbukti tidak efektif dalam membendung efek tekanan sosial berupa FOMO sebagai pemicu munculnya *overspending behavior* bagi mahasiswa akuntansi. Temuan ini menyiratkan bahwa kontrol diri yang dimiliki oleh mahasiswa non-akuntansi untuk

menabung diarahkan bukan untuk persiapan kondisi keuangan di masa depan, melainkan untuk pengeluaran di masa depan agar bisa merasa adanya *relatedness* secara sosial.

Berdasarkan asal wilayah universitas, hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior* signifikan pada mahasiswa yang berkuliah di Jawa dan luar Jawa & Madura, namun tidak signifikan pada kelompok Madura. Meski demikian, hasil uji analisis multigrup menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh yang signifikan antar ketiga kelompok tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum, FOMO tetap menjadi faktor yang memengaruhi *overspending behavior*, meskipun tingkat signifikansinya berbeda pada masing-masing wilayah. Lebih lanjut, interaksi antara FOMO dan *saving behavior* menunjukkan hasil yang berbeda, yang mana efek moderasi hanya signifikan pada kelompok mahasiswa di Jawa, sedangkan pada kelompok Madura dan luar Jawa & Madura tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan dari analisis multigrup juga menunjukkan adanya perbedaan pengaruh yang signifikan antara kelompok Jawa dan luar Jawa & Madura. Temuan ini dapat dimaknai bahwa efektivitas *saving behavior* sebagai mekanisme kontrol terhadap dorongan FOMO cenderung lebih terlihat pada mahasiswa yang berada di wilayah Jawa. Hal ini dimungkinkan karena tingkat paparan terhadap gaya hidup konsumtif dan tekanan sosial yang lebih tinggi, sehingga menciptakan konflik yang lebih kuat antara dorongan konsumsi dan upaya pengendalian diri. Sebaliknya, pada kelompok luar Jawa & Madura, *saving behavior* belum mampu berperan secara efektif dalam mengendalikan pengaruh FOMO, baik karena perbedaan karakteristik tekanan sosial maupun kondisi finansial yang dimiliki.

Secara keseluruhan, analisis multigrup menunjukkan bahwa peran *saving behavior* sebagai variabel moderasi tidak bersifat universal, melainkan sangat dipengaruhi oleh konteks demografis mahasiswa. *Saving behavior* yang diharapkan dapat berfungsi sebagai mekanisme kontrol diri belum mampu secara konsisten menahan pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior*. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku menabung pada mahasiswa masih bersifat situasional dan belum cukup kuat untuk menjadi alat pengendalian terhadap tekanan sosial yang mendorong perilaku konsumtif. Artinya, temuan empiris pada studi ini tidak secara holistik membuktikan aplikasi *self-determination theory* dan *self-control theory* secara demografis, baik untuk program studi maupun asal universitas. Hal ini disebabkan oleh literasi keuangan yang berbeda antara mahasiswa akuntansi dan non-akuntansi serta variasi biaya hidup pada kampus-kampus di wilayah yang berbeda pula.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior* mahasiswa, serta mengevaluasi peran *saving behavior* sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis perbedaan pengaruh antar kelompok berdasarkan program studi dan asal universitas melalui pendekatan multigrup. Hasil pengujian menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh positif signifikan terhadap *overspending behavior*. Hal ini mengindikasikan bahwa tekanan sosial yang dirasakan individu melalui FOMO mendorong munculnya perilaku konsumtif yang tidak rasional. Lebih lanjut, *saving behavior* tidak terbukti mampu memoderasi hubungan antara FOMO dan *overspending behavior* secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa *saving behavior* belum berfungsi sebagai mekanisme kontrol diri yang efektif dalam menahan dorongan konsumsi yang dipicu oleh tekanan sosial akibat FOMO.

Melalui uji analisis multigrup, ditemukan bahwa pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior* berbeda signifikan antara mahasiswa akuntansi dan non-akuntansi, yang mana pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior* hanya signifikan pada kelompok mahasiswa non-akuntansi. Selain itu, peran moderasi *saving behavior* juga

menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang mana efek moderasi hanya terlihat pada kelompok mahasiswa di wilayah Jawa. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku *overspending* pada mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor psikologis, tetapi juga oleh konteks demografis dan lingkungan sosial. *Saving behavior* sebagai mekanisme kontrol diri dalam penelitian ini bersifat terbatas dan tidak dapat secara konsisten memperlemah pengaruh FOMO terhadap *overspending behavior*. Secara praktis, temuan ini menunjukkan perlunya pelatihan literasi dan manajemen keuangan bagi mahasiswa agar lebih bijak dalam melakukan pengeluaran sehingga terhindar dari *overspending behavior*. Pelatihan literasi keuangan ini perlu difokuskan pada tekanan sosial (FOMO) dan pentingnya menabung (*saving behavior*) dengan memperhatikan aspek demografis seperti jenis program studi dan wilayah universitas.

Keterbatasan

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan yang menyebabkan temuan penelitian ini harus ditafsirkan secara hati-hati. Pertama, penggunaan pendekatan kuantitatif berbasis *self-report* berpotensi menimbulkan bias persepsi, yang mana terdapat kemungkinan perbedaan antara jawaban responden dengan perilaku aktual yang dilakukan. Kedua, model penelitian ini hanya berfokus pada satu faktor psikologis utama, yaitu FOMO, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan kompleksitas faktor lain yang dapat memengaruhi *overspending behavior*. Ketiga, analisis multigrup yang dilakukan masih terbatas pada program studi dan asal wilayah universitas, serta belum mempertimbangkan faktor demografis lain seperti tingkat pendapatan, sumber pendanaan, atau kondisi ekonomi individu yang dapat memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model yang lebih komprehensif dengan mempertimbangkan faktor psikologis lain yang relevan, baik sebagai variabel prediktor maupun moderator, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait *overspending behavior*. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang lebih beragam, seperti eksperimen atau pendekatan longitudinal, dapat dipertimbangkan untuk mengurangi potensi bias dari *self-report*. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas analisis multigrup dengan mempertimbangkan variabel demografis yang lebih spesifik, seperti tingkat pendapatan maupun sumber pendanaan agar memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait perilaku keuangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Achtziger, A. (2022). Overspending, Debt, and Poverty. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101342. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101342>
- Aenaya, A. S., Gunawan, F. W. P., Anggraini, N., Nurhasanah, S., & Suryaningsih, Y. (2024). The Effect of Electronic Word of Mouth (EWOM) and Fear of Missing Out (FOMO) on Impulse Buying in Shopee Moderated Self-Control. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 7(7), 4022-4027. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i7-19>
- Ah Fook, L., & McNeill, L. (2020). Click to Buy: The Impact of Retail Credit on Over-Consumption in the Online Environment. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18), 7322. <https://doi.org/10.3390/su12187322>
- Ahn, S. Y., & Nam, Y. (2022). Does Mobile Payment Use Lead to Overspending? The Moderating Role of Financial Knowledge. *Computers in Human Behavior*, 134, 107319. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107319>
- Allom, V., Mullan, B. A., Monds, L., Orbell, S., Hamilton, K., Rebar, A. L., & Hagger, M. S. (2018). Reflective and Impulsive Processes Underlying Saving Behavior and the

- Additional Roles of Self-Control and Habit. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, 11(3), 135–146. <https://doi.org/10.1037/npe0000093>
- Aminuddin, A., Ismail, S., Jamaludin, N., & Mohd Naw, N. (2022). What Drives Saving Behaviour among Undergraduate Students of Universiti Malaysia Terengganu? *Universiti Malaysia Terengganu Journal of Undergraduate Research*, 4(2), 81–88. <https://doi.org/10.46754/umtjur.v4i2.277>
- Aydin, A. E., & Akben Selcuk, E. (2019). An Investigation of Financial Literacy, Money Ethics and Time Preferences among College Students: A Structural Equation Model. *International Journal of Bank Marketing*, 37(3), 880–900, <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2018-0120>
- Aydin, D., Selvi, Y., Kandeger, A., & Boysan, M. (2021). The Relationship of Consumers' Compulsive Buying Behavior with Biological Rhythm, Impulsivity, and Fear of Missing Out. *Biological Rhythm Research*, 52(10), 1514–1522. <https://doi.org/10.1080/09291016.2019.1654203>
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to Temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676. <https://doi.org/10.1086/338209>
- Berlinger, E., Dömötör, B., Megyeri, K., & Walter, G. (2025). Financial Literacy of Finance Students: A Behavioral Gender Gap. *International Journal of Educational Management*, 39(8), 116–133. <https://doi.org/10.1108/IJEM-04-2024-0221>
- Bunda, I. P., & Sari, V. F. (2026). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa Akuntansi Generasi Z untuk Mengikuti Ujian CPA: Studi Empiris pada Mahasiswa S1 Akuntansi Generasi Z Universitas di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 8(1), 344–358. <https://doi.org/10.24036/jea.v8i1.3935>
- Cobb-Clark, D. A., Dahmann, S. C., Kamhöfer, D. A., & Schildberg-Hörisch, H. (2023). Self-Control and Unhealthy Body Weight: The Role of Impulsivity and Restraint. 50, 101263. <https://doi.org/10.1016/j.ehb.2023.101263>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). The General Causality Orientations Scale: Self-Determination in Personality. *Journal of Research in Personality*, 19(2), 109–134. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(85\)90023-6](https://doi.org/10.1016/0092-6566(85)90023-6)
- Dinh, T. C. T., & Lee, Y. (2022). “I Want to be as Trendy as Influencers” – How “Fear of Missing Out” Leads to Buying Intention for Products Endorsed by Social Media Influencers. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 16(3), 346–364. <https://doi.org/10.1108/JRIM-04-2021-0127>
- Dinh, T. C. T., Wang, M., & Lee, Y. (2023). How Does the Fear of Missing Out Moderate the Effect of Social Media Influencers on Their Followers' Purchase Intention? *SAGE Open*, 13(3), 1–13. <https://doi.org/10.1177/21582440231197259>
- Duffett, R. G., & Charles, J. R. (2025). Assessing Antecedents of Google Shopping Ads Intention to Purchase: A Multigroup Analysis of Generation Y and Z. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 26(7), 1–21. <https://doi.org/10.1108/YC-12-2023-1923>
- Fatmawati, S., & Suwardi, E. (2024). Paylater as the Millennial Payment: Theory Planned Behavior. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 26(2), 91–102. <https://doi.org/10.9744/jak.26.2.91-102>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gupta, A. S., & Mukherjee, J. (2024). Exploring Personal Savings Versus Hedonic Consumption in the New Normal. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 52(1), 107–124. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2023-0422>

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., & Sarstedt, M. (2019). Factors Versus Composites: Guidelines for Choosing the Right Structural Equation Modeling Method. *Project Management Journal*, 50(6), 619–624. <https://doi.org/10.1177/8756972819882132>
- Hasan, A. A., & Rahman, M. T. (2023). Family *Takāful* Purchase Intentions in Bangladesh: The Mediating Role of Attitude and Saving Motives and the Moderating Role of Religiosity. *Islamic Economic Studies*, 31(1-2), 2–21. <https://doi.org/10.1108/IES-03-2023-0012>
- Henseler, J. (2017). Bridging Design and Behavioral Research with Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of Advertising*, 46(1), 178–192. <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1281780>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hussain, S., Raza, A., Haider, A., Ishaq, M. A., & Talpur, Q. (2023). Fear of Missing Out and Compulsive Buying Behavior: The Moderating Role of Mindfulness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103512. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103512>
- Kim, S., & Chang, H. J. (J). (2023). Mechanism of Retail Therapy during Stressful Life Events: The Psychological Compensation of Revenge Consumption toward Luxury Brands. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103508. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103508>
- Kowalczyk, L., Breugelmans, E., & Campo, K. (2021). It's Not There, I Love It! How Relevance to Objective Needs of an Unavailable Item Impacts Emotions, Store Image, and Behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102749. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102749>
- Kumar, D. S., Sudin, H., Othman, J., & Salehuddin, S. (2022). The Influence of Spending Behaviour among University Students in Malaysia. *Asian Journal of Accounting and Finance*, 4(3), 30–43. <https://doi.org/10.55057/ajafin.2022.4.3.3>
- Kumar, S., & Kumar, S. (2024). Compulsive Use of Social Media and Unrestrained Buying Behavior: Delineating the Role of Social Comparison, Fear of Missing Out and Self Esteem. *Journal of Internet Commerce*, 23(4), 503–532. <https://doi.org/10.1080/15332861.2024.2421731>
- Laursen, B., & Veenstra, R. (2021). Toward Understanding the Functions of Peer Influence: A Summary and Synthesis of Recent Empirical Research. *Journal of Research on Adolescence*, 31(4), 889–907. <https://doi.org/10.1111/jora.12606>
- Lu, F., & Sinha, J. (2024). How Social Media Usage and the Fear of Missing Out Impact Minimalistic Consumption. *European Journal of Marketing*, 58(4), 1083–1114. <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2022-0641>
- Ming, Y., Li, C., & Chen, J. (E). (2021). Acquisition Mode and Credit Card Overspending Behavior: An Empirical Analysis of the Credit Card Industry. *Journal of Consumer Affairs*, 55(1), 232–253. <https://doi.org/10.1111/joca.12341>
- Moore, A., Nguyen, A., Rivas, S., Bany-Mohammed, A., Majeika, J., & Martinez, L. (2021). A Qualitative Examination of the Impacts of Financial Stress on College Students' Well-Being: Insights from a Large, Private Institution. *SAGE Open Medicine*, 9, 1–18. <https://doi.org/10.1177/20503121211018122>
- Morgan, P. J., & Long, T. Q. (2020). Financial Literacy, Financial Inclusion, and Savings

- Behavior in Laos. *Journal of Asian Economics*, 68, 101197. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2020.101197>
- Mueller, A., Mitchell, J. E., Peterson, L. A., Faber, R. J., Steffen, K. J., Crosby, R. D., & Claes, L. (2011). Depression, Materialism, and Excessive Internet Use in Relation to Compulsive Buying. *Comprehensive Psychiatry*, 52(4), 420–424. <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2010.09.001>
- Neumann, D. (2020). Fear of Missing Out. *The International Encyclopedia of Media Psychology*, 1–9. <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0185>
- NielsenIQ, GfK, and World Data Lab. 2024. *SPEND Z Gen Z Changes Everything*.
- Norasibah, A., Ramli, N., Hashim, A., Hashim, E., & Zulkifli, N. (2020). The Income-Expenditure-Saving Analyses of the University Students. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(7), 7375–7383. 10.37200/IJPR/V24I7/PR270706
- Osman, I., Ariffin, N. A. M., Mohd Yuraimie, M. F. N. B., Ali, M. F. B., & Noor Akbar, M. A. F. B. (2024). How Buy Now, Pay Later (BNPL) is Shaping Gen Z's Spending Spree in Malaysia. *Information Management and Business Review*, 16(3(I)S), 657–674. [https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3\(I\)S.4092](https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3(I)S.4092)
- Du Plessis, L., Jordaan, Y., & van der Westhuizen, L. (2025). Consumer Spending Self-Control, Financial Well-Being and Life Satisfaction: The Moderating Effect of Relative Deprivation from Consumers Holding Debt. *International Journal of Bank Marketing*, 43(8), 1779–1803. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2024-0352>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4):1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Ramadianto, A. S., Kusumadewi, I., Agiananda, F., & Raharjanti, N. W. (2022). Symptoms of Depression and Anxiety in Indonesian Medical Students: Association with Coping Strategy and Resilience. *BMC Psychiatry*, 22, 92. <https://doi.org/10.1186/s12888-022-03745-1>
- Saja, M. Q. A., & Fauzihardani, E. (2024). Pengaruh Overconfidence Bias dan Herding Bias terhadap Pengambilan Keputusan Gen Z di Kota Padang dalam Berinvestasi di Pasar Saham Indonesia. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 6(3), 873–884. <https://doi.org/10.24036/jea.v6i3.1557>
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I., & Sapulette, M. S. (2022). Digital Financial Literacy, Current Behavior of Saving and Spending and Its Future Foresight. *Economics of Innovation and New Technology*, 31(4), 320–338. <https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1799142>
- Shah, M. U. D., Khan, I. U., & Khan, N. U. (2024). The Role of Digital Payments in Overspending Behavior: A Mental Accounting Perspective. *International Journal of Emerging Markets*, 20(10), 4031–4053. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2023-1313>
- Sirine, H., & Utami, D. S. (2016). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Menabung di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB)*, 19(1), 27–52. <https://doi.org/10.24914/jeb.v19i1.479>
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G. N., & Mäntymäki, M. (2021). Fear of Missing Out (FoMO) among Social Media Users: A Systematic Literature Review, Synthesis and Framework for Future Research. *Internet Research*, 31(3), 782–821, <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>
- Veludo-de-Oliveira, T. M., Ikeda, A. A., & da Costa Santos, R. (2004). Compra Compulsiva e a Influência Do Cartão De Crédito. *Revista de Administração de Empresas*, 44(3), 89–99. 10.1590/s0034-75902004000300007
- Xu, C., Unger, A., Bi, C., Papastamatelou, J., & Raab, G. (2022). The Influence of Internet Shopping and Use of Credit Cards on Gender Differences in Compulsive

- Buying. *Journal of Internet and Digital Economics*, 2(1), 27–45.
<https://doi.org/10.1108/JIDE-11-2021-0017>
- Yue, P., Korkmaz, A. G., Yin, Z., & Zhou, H. (2022). The Rise of Digital Finance: Financial Inclusion or Debt Trap? *Finance Research Letters*, 47(PA), 102604.
<https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102604>