

ABSTRAK

Perkembangan layanan keuangan digital, termasuk fitur *Buy Now Pay Later* (BNPL) seperti Shopee *PayLater*, memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi. Namun, kemudahan tersebut cenderung memicu perilaku konsumtif dan meningkatkan risiko pembelian impulsif, terutama pada kelompok mahasiswa di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Promosi Shopee *PayLater*, Lingkungan Sosial, FOMO, dan Religiusitas terhadap Pengendalian Diri, serta pengaruh Pengendalian Diri terhadap Pembelian Impulsif mahasiswa Muslim pengguna Shopee *PayLater* di Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner pada 100 responden mahasiswa Muslim yang pernah menggunakan Shopee *PayLater*. Analisis dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4.1.1.5.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Shopee *PayLater* dan Lingkungan Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengendalian Diri. Sebaliknya, FOMO berpengaruh negatif signifikan dan Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap Pengendalian Diri. Selain itu, Pengendalian Diri terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif. Dari perspektif ekonomi Islam, perilaku pembelian impulsif dikategorikan sebagai tindakan berlebih-lebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*), serta penggunaan fasilitas *PayLater* yang mengandung tambahan biaya berpotensi mendekati praktik riba, sehingga tidak sesuai dengan prinsip konsumsi Islam yang menekankan kehati-hatian, kebutuhan, dan kemaslahatan.

Kata kunci: Shopee *PayLater*, FOMO, Religiusitas, Pengendalian Diri, Pembelian Impulsif, Ekonomi Islam.