

ABSTRAK

Perkembangan pesat layanan *Buy-Now-Pay-Later* (BNPL) telah membentuk kembali konsumsi di negara-negara berkembang. Artikel ini mengkaji bagaimana orientasi nilai materialistis merangsang pembelian impulsif melalui penggunaan BNPL di kalangan pengguna *Buy-Now-Pay-Later* Indonesia. Survei cross-sectional terhadap 670 responden dianalisis dengan pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil parsial (PLS-SEM). Materialisme memiliki efek positif yang kuat terhadap adopsi BNPL ($\beta = 0,762$) dan efek langsung yang moderat terhadap pembelian impulsif ($\beta = 0,350$). BNPL, pada gilirannya, memberikan dampak substansial terhadap pembelian impulsif ($\beta = 0,480$) dan sebagian memediasi hubungan Materialisme-impulsivitas (β tidak langsung = $0,366$). Model ini menjelaskan 65% varians BNPL dan 72% varians pembelian impulsif, sekaligus menunjukkan indeks kesesuaian yang dapat diterima (SRMR = $0,035$; NFI = $0,885$). Temuan ini menyoroti peran ganda BNPL sebagai inovasi keuangan dan katalis perilaku, yang menimbulkan implikasi bagi desain platform, program literasi konsumen, dan pengawasan regulasi

Kata kunci: Materialisme; BNPL; pembelian impulsif