



PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN *SELF CONTROL* TERHADAP MINAT MENGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER* PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MATARAM

Meiza Setiani

Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram

e-Mail: mmeiza19@gmail.com

Submit Tgl: 02-Mei-2026

Diterima Tgl: 04-Mei-2026

Diterbitkan Tgl: 06-Mei-2026

Abstract: *The rise of digital financial services, particularly Shopee PayLater, has transformed student consumption patterns, raising concerns regarding adherence to Sharia financial principles. This study aims to analyze the influence of Sharia financial literacy, religiosity, and self-control on students' intention to use Shopee PayLater. Using a quantitative approach and causal survey method, the research involved 97 undergraduate students from the Faculty of Economics and Business at the University of Mataram, selected through purposive sampling. Data were collected via Likert-scale questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that Sharia financial literacy has a positive significant effect on usage intention, whereas religiosity and self-control have significant negative effects. Collectively, these variables explain 18.6 percent of the variance in intention. It is concluded that while Sharia literacy is often perceived as a tool to access benefits, high religiosity and self-control serve as essential buffers against impulsive debt. Future research should incorporate additional variables like social influence and promotion to enhance predictive models.*

Keywords: *Religiosity; Self-Control; Sharia Financial Literacy; Shopee Paylater; Student Financial Behavior*

Abstrak: Perkembangan layanan keuangan digital, khususnya Shopee PayLater, telah mengubah pola konsumsi mahasiswa dan menimbulkan kekhawatiran terkait kepatuhan terhadap prinsip keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan kontrol diri terhadap minat mahasiswa menggunakan Shopee PayLater. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei kausal, penelitian ini melibatkan 97 mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram yang dipilih melalui *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan, sedangkan religiusitas dan kontrol diri berpengaruh negatif signifikan. Secara simultan, variabel tersebut menjelaskan 18,6 persen variasi minat. Dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah terkadang disalahartikan sebagai alat untuk mengakses manfaat, sementara religiusitas dan kontrol diri yang tinggi berfungsi sebagai penyaring efektif terhadap utang impulsif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menyertakan variabel lain seperti pengaruh sosial dan promosi guna memperkuat model prediksi.

Kata Kunci: Kontrol Diri; Literasi Keuangan Syariah; Perilaku Keuangan Mahasiswa; Religiusitas; Shopee Paylater

Cara mengutip Setiani, M. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Self Control terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 813–830. <https://doi.org/10.71456/sur.v4i2.1774>

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah mentransformasi dinamika kehidupan sosial dan ekonomi secara global, salah satunya melalui rekonfigurasi pola konsumsi, interaksi sosial, dan cara masyarakat melakukan transaksi keuangan (Maharani, 2024;). Di tingkat internasional, digitalisasi sistem pembayaran dan layanan *fintech* telah menyederhanakan akses terhadap instrumen kredit konsumtif, memperluas kemampuan konsumen untuk membeli secara instan meskipun belum memiliki dana penuh pada saat transaksi (Gupta & Kim, 2023; Chen et al., 2024). Di Indonesia, transformasi serupa tercermin pada meningkatnya penetrasi internet, penggunaan *smartphone*, dan adopsi metode pembayaran digital, yang mendorong beralihnya pola belanja dari tatap muka ke platform *e-commerce* dan *marketplace* (Az-Zahra et al., 2023;). Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji, karena semakin banyak konsumen muda—terutama mahasiswa—yang mulai terbiasa dengan skema pembayaran berbasis utang konsumtif, seperti *buy now, pay later*, yang pada praktiknya dapat mengandung unsur bunga dan biaya administrasi yang berpotensi memicu praktik riba.

Di Indonesia, *marketplace* Shopee telah menjadi platform belanja online dengan dominasi pasar sangat tinggi, terutama di kalangan generasi muda. Berdasarkan data SimilarWeb untuk kuartal IV 2024 dan laporan Databoks Mei 2025, Shopee Indonesia mencatat 138,6 juta kunjungan, jauh melampaui Tokopedia (69,8 juta), Lazada (35,2 juta), dan Blibli (15,9 juta), menunjukkan bahwa Shopee tidak hanya populer tetapi juga dominan dalam ekosistem *e-commerce* nasional (Databoks, 2025; Ilahi, 2022). Dominasi ini dipertegas oleh penyediaan berbagai metode pembayaran, termasuk fitur *Shopee PayLater*, yang memungkinkan pengguna membeli barang dengan pembayaran cicilan dengan biaya tambahan berupa *mark-up* dan biaya administrasi minimal 2,95% per transaksi, serta denda keterlambatan 5% per bulan terhadap total tagihan (Fitria et al., 2023;). Di tengah tren peningkatan penggunaan layanan ini oleh mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan konsumtif seperti pakaian, kuota internet, token listrik, dan elektronik (Novitasari & Yanuari, 2024), muncul kekhawatiran bahwa kenyamanan dan kemudahan akses tersebut dapat mengaburkan pertimbangan syariah, sehingga layanan yang tampak netral secara teknis justru berpotensi membentuk ketergantungan pada praktik utang berbasis bunga.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keputusan penggunaan layanan *PayLater* tidak semata ditentukan oleh faktor keuangan, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial, seperti literasi keuangan, religiusitas, dan *self-control*. Beberapa studi menemukan bahwa literasi keuangan syariah tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *PayLater* non-syariah, bahkan ada kecenderungan bahwa

individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi justru lebih berhati-hati dalam mengakses layanan serupa (Septin et al., 2023; Rizqiyah & Reviandani, 2025). Di sisi lain, penelitian lain menyatakan literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa, sehingga semakin tinggi pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelola keuangan, semakin bijak keputusannya dalam memanfaatkan fitur cicilan seperti *Shopee PayLater* (Miranda, 2025; Asmarani, 2024). Temuan-temuan ini menunjukkan adanya inkonsistensi mengenai peran literasi keuangan syariah sebagai filter normatif dalam pengambilan keputusan konsumtif berbasis digital, sehingga perlu diselidiki lebih lanjut dalam konteks spesifik mahasiswa yang hidup dalam lingkungan kampus yang kental dengan nilai-nilai keislaman.

Selain literasi keuangan, faktor religiusitas juga terbukti berperan dalam pengambilan keputusan finansial. Rahmani et al. (2023) menemukan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *Shopee PayLater*, sebagaimana kerasulan teori Glock dan Stark yang menegaskan bahwa religiusitas mencerminkan tingkat pengetahuan, pemahaman, dan keterikatan seseorang terhadap ajaran agamanya (Nasir, 2020). Dalam konteks ekonomi Islam, Mayasurru (2022) menambahkan bahwa religiusitas dapat memperkuat dorongan moral untuk mengelola hartanya secara efektif, sehingga keputusan konsumsi lebih didasarkan pada kebutuhan dan manfaat, bukan semata nafsu atau gaya hidup. Namun, dalam konteks mahasiswa, beberapa penelitian menunjukkan bahwa praktik penggunaan *Shopee PayLater* kerap didorong oleh faktor kemudahan, gaya hidup, dan tren sosial, sementara pertimbangan syariah dan religiusitas justru tersubordinasi (Fadyah & Hasanah, 2023; Syaekhu, 2021). Kondisi ini menciptakan jarak antara iman yang dinyatakan secara kognitif dan praktik keuangan yang dilakukan sehari-hari, sehingga perlu dikaji mengapa religiusitas tidak selalu menjadi penentu kuat dalam keputusan penggunaan layanan yang berpotensi mengandung unsur riba.

Secara metodologis, kebanyakan penelitian terdahulu cenderung berfokus pada satu atau dua dimensi, misalnya literasi keuangan atau religiusitas saja, atau hanya meneliti *PayLater* dalam konteks umum tanpa mempertimbangkan spesifikasi fitur *Shopee PayLater* dan karakteristik mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (Rizqiyah & Reviandani, 2025; Septin et al., 2023). Beberapa studi juga belum mengintegrasikan variabel *self-control* sebagai penyangga psikologis yang penting dalam mengatur dorongan konsumtif, padahal teori Averill (1973) menegaskan bahwa *self-control* merupakan kemampuan untuk memodifikasi perilaku, mengelola informasi, dan memilih tindakan yang dianggap benar, sehingga berperan dalam mencegah perilaku berhutang impulsif (Fahira & Fajar, 2025; Asmarani, 2024). Selain itu, sebagian besar penelitian masih terbatas pada konteks geografis dan populasi umum, sehingga belum mengakomodasi spesifikitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram yang berada dalam lingkungan akademik dengan bobot teori ekonomi Islam yang signifikan. Hal ini membuka celah penelitian (*research gap*) untuk menguji efek simultan literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *self-control* terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*, serta mengeksplorasi sejauh mana nilai syariah benar-benar terwujud dalam praktik keuangan mahasiswa yang berada dalam ranah studi ekonomi.

Berdasarkan fenomena dan celah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan *self-control* terhadap

minat mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram dalam menggunakan *Shopee PayLater*, baik secara parsial maupun simultan. Tujuan ini relevan secara teoritis, karena dapat memperkaya kajian tentang perilaku konsumen muslim terhadap produk keuangan digital yang mengandung unsur non-syariah, sekaligus memperkuat integrasi teori literasi keuangan, religiusitas, dan psikologi perilaku keuangan dalam konteks ekonomi Islam. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan bagi peneliti, mahasiswa, dan pemangku kebijakan terkait pentingnya penguatan literasi keuangan syariah, penguatan identitas religius, serta pembinaan *self-control* sebagai basis untuk menghindari eksploitasi layanan *PayLater* yang berpotensi melanggar prinsip syariah. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi ketiga variabel kunci dalam satu model analitik yang terfokus pada penggunaan *Shopee PayLater* oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang secara normatif seharusnya memiliki sensitivitas tinggi terhadap prinsip keuangan syariah, sehingga dapat memberikan kontribusi empirik yang lebih spesifik bagi pengembangan regulasi, literasi, dan praktik keuangan syariah di lingkungan kampus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan *kuantitatif* yang berlandaskan pada filsafat positivisme, sebagaimana dijelaskan Sugiyono (2023) bahwa metode kuantitatif memungkinkan pengujian hipotesis secara sistematis melalui pengukuran variabel-variabel yang terstruktur pada populasi atau sampel tertentu. Pendekatan ini dipilih karena relevan dengan tujuan penelitian yaitu menguji pengaruh *literasi keuangan syariah*, *religiusitas*, dan *self-control* terhadap *minat menggunakan Shopee PayLater* dengan model *regresi linear berganda*. Desain penelitian tergolong *survei kausal* (*causal survey research*), karena selain menggambarkan pola hubungan antar variabel, penelitian ini juga menguji arah dan kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sesuai paradigma penelitian asosiatif yang sejalan dengan kajian perilaku konsumen digital (Sugiyono, 2023; Emzir, 2022).

Populasi penelitian terdiri dari seluruh mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram yang berjumlah 3.052 orang, dengan rincian 1.289 mahasiswa Prodi Manajemen, 887 mahasiswa Prodi Akuntansi, dan 876 mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan, berdasarkan data Bagian Akademik FEB Unram tahun 2025. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan rumus *Slovin* menggunakan populasi 3.052 dan *margin of error* 10%, sehingga diperoleh ukuran sampel minimum 96,82 yang dibulatkan menjadi 97 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, karena penelitian ini membatasi sampel pada mahasiswa yang memenuhi kriteria tertentu: (1) pengguna aktif marketplace Shopee, (2) beragama Islam, dan (3) terdaftar sebagai mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. Pendekatan *purposive sampling* dianggap tepat karena mampu memastikan bahwa responden memiliki pengalaman langsung dengan fitur *Shopee PayLater* dan sensitivitas terhadap nilai-nilai syariah, sebagaimana dianjurkan dalam penelitian kuantitatif berbasis subjek spesifik (Sudaryono, 2022; Siregar, 2023).

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan skala *Likert* 5 poin yang digunakan untuk mengukur empat konstruk: *literasi keuangan syariah* (X1), *religiusitas* (X2), *self-control* (X3), serta *minat menggunakan Shopee*

PayLater (Y). Kuesioner disusun berdasarkan indikator yang telah diuji validitasnya dalam penelitian terdahulu, seperti *pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kepercayaan* untuk literasi keuangan syariah (Sugiarti, 2023); *keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan konsekuensi* untuk religiusitas merujuk pada kerangka Glock dan Stark (1968) sebagaimana diadaptasi Nasir (2020); *kontrol keputusan, kontrol perilaku, dan kontrol kognitif* untuk *self-control* (Averill, 1973) yang diadopsi dalam Rostarita (2021); serta *berniat menggunakan, mencoba menggunakan, dan berencana menggunakan* untuk minat (Mooduto & Mariam, 2020). Kuesioner diuji *validitas* dengan korelasi *Pearson* (r) dan *reliabilitas* dengan *Cronbach's alpha* ($\alpha \geq 0,60$), sesuai prosedur pengujian instrumen yang dijelaskan Ghazali (2021) dan memenuhi standar kualitas penelitian kuantitatif berbasis skala Likert (Muhammad & Kurniawan, 2023).

Pelaksanaan penelitian dimulai pada Desember 2025 dan berlangsung hingga selesainya tahap pengolahan data dan analisis, yang mencakup proses penyusunan dan pengujian instrumen, penyebaran kuesioner, serta pengumpulan data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *survei* melalui kuesioner yang disebar secara langsung di lingkungan kampus dan secara daring melalui *Google Forms* serta tautan yang dibagikan melalui WhatsApp, sehingga memungkinkan jangkauan responden yang lebih luas dengan efisiensi waktu dan biaya yang optimal. Responden terlebih dahulu menerima penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian dan rahasia pengisian data, kemudian mengisi kuesioner sendiri tanpa intervensi peneliti, sehingga mengurangi bias responder dan memperkuat karakteristik data *self-reported* yang lazim dalam penelitian perilaku konsumen digital (Chen et al., 2024; Muhammad & Kurniawan, 2023).

Teknik analisis data dilakukan dengan pendekatan *regresi linear berganda* untuk menguji pengaruh simultan dan parsial ketiga variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi yang digunakan adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$, di mana Y adalah minat menggunakan *Shopee PayLater*, X_1 adalah literasi keuangan syariah, X_2 religiusitas, X_3 *self-control*, a konstanta, b koefisien regresi, dan e error. Sebelum pengujian regresi, dilakukan serangkaian uji asumsi klasik, yaitu *normalitas* dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*, *multikolinearitas* melalui *Tolerance* ($\geq 0,10$) dan *VIF* (≤ 10), serta *heteroskedastisitas* dengan uji *Glejser* dan *scatter plot*, sesuai pedoman Ghazali (2021) dan standar analisis data kuantitatif di jurnal internasional. Selain itu, pengaruh masing-masing variabel diuji secara parsial dengan *uji-t* dan secara simultan dengan *uji-F*, serta koefisien determinasi (R^2) dihitung untuk mengetahui proporsi variasi Y yang dapat dijelaskan oleh X_1 , X_2 , dan X_3 , dengan analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 atau terbaru, yang memenuhi kaidah transparansi dan *replikabilitas* analisis statistik (Arya et al., 2022; Rahman & Yusuf, 2023).

Aspek etis penelitian juga diperhatikan melalui penerapan prinsip kerahasiaan, kebebasan memilih, dan hak menolak partisipasi. Seluruh responden diberikan informasi dasar penelitian dan hanya yang bersedia mengisi kuesioner dianggap sebagai partisipan, sesuai konsep *informed consent* yang diakui dalam pedoman etika penelitian perguruan tinggi di Indonesia (Kemenristek/BRIN, 2021). Data pribadi yang diidentifikasi dalam kuesioner tidak dicantumkan secara eksplisit dan hanya digunakan untuk keperluan analisis, sehingga keamanan identitas responden tetap terjaga. Selain itu, pelaksanaan penelitian telah mendapatkan izin dan koordinasi dari pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Mataram, sehingga memenuhi persyaratan *ethical clearance* dalam penelitian sosial yang melibatkan partisipan manusia, sebagaimana diatur dalam pedoman etika penelitian nasional (Kemenristekdikti, 2020) dan prinsip etika penelitian profesional (Sudaryono, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasse
Laki-Laki	20	79,40%
Perempuan	77	20,60%
Total	97	100%

Sumber: Data Primer (2026)

Berdasarkan tabel 1 di atas diketahui bahwa terdapat dua kategori jenis kelamin responden yaitu Laki-laki dan Perempuan. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, mayoritas responden yang bersedia mengisi didominasi oleh Perempuan yaitu sebanyak 77 atau sebesar 79,40% sedangkan Laki-laki sebanyak 20 atau sebesar 20,60%. Distribusi ini menunjukkan adanya perbedaan proporsi yang cukup signifikan antara responden perempuan dan laki-laki dalam sampel penelitian.

2. Berdasarkan Usia Responden

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
<20 tahun	20	20,60%
20-21 tahun	45	46,40%
22-23 tahun	32	33%
Total	97	100%

Sumber: Data Primer (2026)

Berdasarkan tabel 2 di atas diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari tiga kelompok usia, yaitu kurang dari 20 tahun, 20-21 tahun dan 22-23 tahun. Dari total responden, kelompok usia yang paling dominan adalah responden berusia 20-21 tahun sebanyak 45 orang atau sebesar 46,6%, kemudian responden yang berusia 22-23 tahun dengan jumlah 32 responden atau sebesar 33%, dan responden dengan usia kurang dari 20 tahun berjumlah 20 orang atau sebesar 20,6%.

3. Berdasarkan Program studi

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Program studi	Jumlah Mahasiswa	Persentase
Manajemen	31	32%
Akuntansi	28	29%
Ekonomi Pembangunan	38	39%
Total	97	100%

Sumber: Data Primer (2026)

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa program studi dengan responden terbanyak dalam penelitian ini adalah ekonomi pembangunan, yaitu sebanyak 38 mahasiswa atau sebesar 39%.

Selanjutnya dari program studi Manajemen berjumlah 31 mahasiswa atau sebesar 32% dan dari program studi akuntansi sejumlah 28 mahasiswa atau sebesar 29%.

4. Berdasarkan Tahun Angkatan

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun angkatan	Jumlah mahasiswa	persentase
2022	58	59,8%
2023	15	15,5%
2024	10	10,3%
2025	14	14,4%
Total	97	100%

Sumber: Data Primer (2026)

Berdasarkan tabel 4, mayoritas responden berasal dari angkatan 22 dengan jumlah 58 mahasiswa atau sebesar 59,8%. Selanjutnya responden dari angkatan 2023 berjumlah 15 mahasiswa atau sebesar 15,5%, dari angkatan 2025 sebanyak 14 mahasiswa atau sebesar 14,4%, sedangkan jumlah responden paling sedikit berasal dari angkatan 2025 yaitu sejumlah 10 mahasiswa atau sebesar 10,3% .

5. Berdasarkan Pendapatan/uang saku per bulan

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku

Pendapatan/Uang saku	jumlah mahasiswa	Persentase
<1.000.000	56	57,70%
1.000.000-2.000.000	34	35,10%
2.000.000-3.000.000	5	5,20%
>3.000.000	2	2,10%
Total	97	100%

Sumber: Data Primer (2026)

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki pendapatan atau uang saku kurang dari 1.000.000 per bulan. Kelompok mahasiswa dengan pendapatan 1.000.000 berjumlah 56 mahasiswa atau sebesar 57,7 % dari total responden. Selanjutnya responden dengan pendapatan 1.000.000 hingga 2.000.000 berjumlah 34 mahasiswa atau sebesar 35,1%, responden dengan pendapatan 2.000.000 hingga 3.000.000 berjumlah 5 mahasiswa atau sebesar 5,2% dan responden dengan pendapatan lebih dari 3.000.000 merupakan kelompok paling sedikit yaitu sebanyak 2 mahasiswa atau sebesar 2,1%.

6. Berdasarkan Status penggunaan Paylater

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Penggunaan Paylater

Status penggunaan Paylater	jumlah mahasiswa	Persentase
Pernah Menggunakan	29	29,90%
Belum Pernah Menggunakan	68	70,10%
Total	97	100%

Sumber: Data Primer (2026)

Berdasarkan tabel 6, diketahui bahwa sebagian besar responden belum pernah menggunakan layanan *Paylater*. Dari total responden, sebanyak 68 mahasiswa atau sebesar

70,1% menyatakan belum pernah menggunakan layanan *Paylater*. Sementara itu sisanya sebanyak 29 mahasiswa atau sebesar 29,9% pernah menggunakan layanan *Paylater*.

Uji Instrumen penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 7. Hasil uji validitas

Variabel	Pernyataan	r- hitung	r-tabel	p (sig)	keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	Butir 1	0,576	0,1975	0.000	valid
	Butir2	0,306	0,1975	0,002	valid
	Butir 3	0,649	0,1975	0.000	valid
	Butir 4	0,614	0,1975	0.000	valid
	Butir 5	0,654	0,1975	0.000	valid
	Butir 6	0,53	0,1975	0.000	valid
	Butir 7	0,539	0,1975	0.000	valid
	Butir 8	0,444	0,1975	0.000	valid
Religiusitas (X2)	Butir 1	0,459	0,1975	0.000	valid
	Butir 2	0,335	0,1975	0,001	valid
	Butir 3	0,374	0,1975	0.000	valid
	Butir 4	0,366	0,1975	0.000	valid
	Butir 5	0,639	0,1975	0.000	valid
	Butir 6	0,51	0,1975	0.000	valid
	Butir 7	0,349	0,1975	0.000	valid
	Butir 8	0,621	0,1975	0.000	valid
	Butir 9	0,471	0,1975	0.000	valid
	Butir 10	0,556	0,1975	0.000	valid
Self Control (X3)	Butir 1	0,354	0,1975	0.000	valid
	Butir 2	0,34	0,1975	0,001	valid
	Butir 3	0,219	0,1975	0,031	valid
	Butir 4	0,396	0,1975	0.000	valid
	Butir 5	0,3	0,1975	0,003	valid
	Butir 6	0,233	0,1975	0,022	valid
Minat Menggunakan (Y)	Butir 1	0,383	0,1975	0.000	valid
	Butir 2	0,376	0,1975	0.000	valid
	Butir 3	0,441	0,1975	0.000	valid
	Butir 4	0,462	0,1975	0.000	valid
	Butir 5	0,396	0,1975	0.000	valid
	Butir 6	0,408	0,1975	0.000	valid

Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 25

Dari tabel 7 dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,1975) serta nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	cronbach's alpha	syarat	keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,836	0,7	reliabel
Religiusitas (X2)	0,875	0,7	reliabel
<i>Self Control</i> (X3)	0,826	0,7	reliabel
Minat (Y)	0,964	0,7	reliabel

Sumber: Data Primer diolah dari SPSS 25

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa nilai cronbach's alpha untuk variabel Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, *Self Control* dan variabel Minat Menggunakan *Paylater* memiliki cronbach's alpha lebih besar dari 0,7. Sehingga dapat dinyatakan seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 9.. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.13045413
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.087
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 8 diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,080. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,526	1,901
Religiusitas (X2)	0,449	2,227
<i>Self Control</i> (X3)	0,775	1,291

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 10. diketahui nilai tolerance dan nilai VIF variabel Literasi Keuangan Syariah sebesar 0,526 dan VIF sebesar 1,901. Variabel Religiusitas memiliki nilai tolerance dan VIF sebesar 0,449 dan 2,227, sedangkan variabel *Self Control* memiliki nilai tolerance dan VIF sebesar 0,775 dan 1,291. Seluruh variabel menunjukkan nilai tolerance > 0,10 serta nilai VIF < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

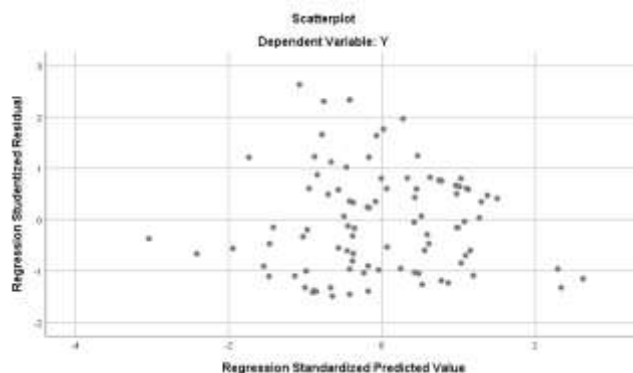
3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-7.430	3.280		.026
	X1	.136	.107	.168	.206
	X2	.147	.100	.210	.146
	X3	.071	.111	.069	.525

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil glejser pada tabel 11, dapat diketahui bahwa variabel literasi keuangan syariah (X1) memiliki nilai signifikansi 0,206, variabel Religiusitas (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,146 dan variabel *Self Control* (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,525. Seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot

Berdasarkan grafik scatter plot pada gambar 1 Diketahui tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 12. Hasil uji regresi linear berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	33.362	6.559		.000
	X1	.640	.213	.387	.003
	X2	-.552	.201	-.384	.007
	X3	-.518	.222	-.247	.022

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 11 diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = 33,362 + 0,640 - 0,552 - 0,518$$

- A. Nilai konstanta yang diperoleh yaitu sebesar 33,362 yang berarti apabila variabel independen yaitu literasi keuangan syariah, religiusitas dan *Self Control* bernilai nol (konstan) maka variabel minat menggunakan Shopee *Paylater* bernilai 33,362.

- B. Variabel literasi keuangan syariah (X1) memiliki koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,640, artinya apabila terjadi peningkatan 1% pada variabel literasi keuangan syariah, maka minat menggunakan Shopee *Paylater* juga akan meningkat sebanyak 0,640.
- C. Variabel Religiusitas (X2) memiliki koefisien regresi bernilai negatif sebesar -0,552, artinya apabila terjadi peningkatan 1% pada variabel religiusitas, maka minat menggunakan Shopee *Paylater* akan menurun sebanyak 0,552.
- D. Variabel *Self Control* (X3) memiliki koefisien regresi bernilai negatif sebesar -0,518, artinya apabila terjadi peningkatan 1% pada variabel *Self Control*, maka minat menggunakan Shopee *Paylater* akan menurun sebanyak 0,518.

2. Uji t (Secara Parsial)

Uji Parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikan 5% dan melakukan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika nilai $sig < 0,05$ serta $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan sampel sebanyak 97 dengan taraf signifikansi 5% (0,05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984. Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.11, hasil uji t atau uji hipotesis secara parsial dalam penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- A. Nilai sig. Variabel literasi keuangan syariah (X1) sebesar $0,003 < 0,05$ dengan nilai t hitung $3,003 > 1,984$ dengan nilai koefisien positif (+), maka hasil analisis menyatakan H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak yang berarti secara parsial terdapat pengaruh yang positif signifikan antara literasi keuangan syariah (X1) terhadap minat menggunakan Shopee *Paylater* (Y).
- B. Nilai sig. Variabel Religiusitas (X2) sebesar $0,007 < 0,05$ dengan nilai t hitung $-2,751 > 1,984$ dengan nilai koefisien positif (-), maka hasil analisis menyatakan H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak yang berarti secara parsial terdapat pengaruh yang negatif signifikan antara Religiusitas (X2) terhadap minat menggunakan Shopee *Paylater* (Y).
- C. Nilai sig. *Self Control* (X3) sebesar $0,022 < 0,05$ dengan nilai t hitung $-2,329 > 1,984$ dengan nilai koefisien positif (-), maka hasil analisis menyatakan H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak yang berarti secara parsial terdapat pengaruh yang negatif signifikan antara *Self Control* (X3) terhadap minat menggunakan Shopee *Paylater* (Y).

3. Uji f (Secara Simultan)

Tabel 13. Hasil Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	825.423	3	275.141	7.092	.000 ^b
	Residual	3607.917	93	38.795		
	Total	4433.340	96			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan tabel 13 diperoleh nilai f hitung $7,092 > f$ tabel $2,702$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 14. Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.431 ^a	.186	.160	6.22855

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan tabel 14 dapat diketahui bahwa nilai adjusted Rsquare sebesar 0,186 memiliki arti bahwa variabel Literasi keuangan syariah (X1), religiusitas (X2) dan *Self Control* (X3) secara bersama-sama berpengaruh sebesar 18,6% terhadap variabel minat menggunakan Shopee *Paylater*. Sedangkan sisanya sebanyak 81,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater*

Berdasarkan Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) pada tabel 4.11 diperoleh nilai signifikansi variabel literasi keuangan syariah lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar $3,003 > 1,198$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan Shopee *Paylater* pada mahasiswa FEB universitas mataram. Arah hubungan yang terjadi antara variabel literasi keuangan syariah adalah positif (searah) yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,640, yang berarti apabila literasi keuangan syariah yang dimiliki mahasiswa meningkat maka minat untuk menggunakan Shopee *Paylater* juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila literasi keuangan syariah menurun maka minat untuk menggunakan layanan tersebut juga akan menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afif & Indrarini (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan terhadap minat mahasiswa menggunakan Shopee *Paylater*. Artinya meskipun seseorang memiliki pemahaman literasi keuangan syariah tidak menutup kemungkinan mereka menggunakan layanan *Paylater* untuk menjadi alternatif pembayaran dikarenakan manfaat dan kemudahan dari layanan tersebut. Sejalan dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2023) juga menyatakan literasi keuangan berpengaruh positif dan terhadap minat menggunakan Shopee *Paylater*. Hal tersebut menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan berbagai layanan keuangan, termasuk layanan keuangan berbasis digital seperti *Paylater*.

Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Septin et al. (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah menunjukkan hubungan negatif yang berarti bahwa semakin tinggi pemahaman keuangan syariah, semakin rendah minat terhadap produk yang berpotensi tidak sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian oleh Miranda (2024) juga menyatakan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka akan semakin berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk menggunakan Shopee *Paylater*.

Perbedaan hasil penelitian ini dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden dalam penelitian. Mahasiswa FEB universitas mataram kemungkinan memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi keuangan, sehingga literasi keuangan tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memahami risiko, tetapi juga sebagai alat untuk memahami manfaat dan kemudahan suatu produk keuangan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya kemungkinan literasi keuangan syariah yang dimiliki mahasiswa belum sepenuhnya diimplementasikan dalam perilaku keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Mereka tidak mempertimbangkan aspek-aspek seperti larangan riba (bunga) dan utang dalam keputusan keuangan mereka.

Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi variabel keuangan religiusitas lebih kecil dari 0,05 ($0,007 < 0,05$) dengan nilai t hitung sebesar -2,751 lebih besar dari t tabel yaitu 1,198. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa FEB universitas mataram

Arah hubungannya menunjukkan arah negatif (berlawanan) yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar -0,552. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa, maka minat mereka untuk menggunakan Shopee Paylater akan semakin menurun. Sebaliknya jika tingkat religiusitas semakin rendah maka minat untuk menggunakan layanan tersebut cenderung meningkat. Mahasiswa yang memiliki religiusitas yang tinggi cenderung lebih selektif dan berhati-hati dalam menggunakan produk keuangan yang berpotensi mengandung unsur riba.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Miranda (2024) yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan Shopee Paylater. Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian lain seperti penelitian oleh Hazmi (2023) yang menunjukkan bahwa masyarakat yang memiliki religiusitas yang tinggi menyebabkan kecenderungan untuk berhutang melalui online shopping menurun. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Jamalia (2023) menyatakan bahwa seseorang yang berpegang teguh pada agama (religius) akan lebih memilih produk yang halal. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Rahmani et al. (2023) juga menunjukkan religiusitas mampu digunakan dalam keputusan penggunaan Shopee Paylater supaya terhindar dari hal-hal yang berlawanan dengan syariat islam.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa temuan dari berbagai penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan hasil yang tidak sejalan. Perbedaan tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh variasi karakteristik responden dalam masing-masing penelitiannya. Angga (2022) dalam bukunya menjelaskan bahwa tingkat religiusitas seseorang merupakan aspek yang sulit untuk diukur secara pasti. Hal ini dikarenakan religiusitas bersifat kasat mata dan sangat kompleks sehingga kadarnya antar individu akan berbeda.

Pengaruh Self Control Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi variabel keuangan religiusitas lebih kecil dari 0,05 ($0,022 < 0,05$) dengan nilai t hitung sebesar -2,329 lebih besar dari t tabel yaitu 1,198. Sehingga disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak,

artinya terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan Shopee *Paylater* pada mahasiswa FEB universitas mataram.

Arah hubungan antara *Self Control* dengan minat menggunakan Shopee *Paylater* juga berlawanan arah (negatif) yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,518. Artinya, apabila tingkat *Self Control* mahasiswa semakin meningkat maka minat mereka untuk menggunakan Shopee *Paylater* akan menurun. Sebaliknya, apabila *Self Control* mahasiswa menurun maka minat untuk menggunakan Shopee *Paylater* akan meningkat. Penelitian ini menunjukan mahasiswa dengan tingkat pengendalian diri yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang sebelum menggunakan layanan keuangan digital seperti *Paylater*.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan Wulandari (2023) yang menyatakan bahwa *Self Control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Shopee *Paylater*. penelitian yang dilakukan oleh Fahira dan Fajar (2025) juga menyatakan bahwa *Self Control* dapat menekan perilaku impulsive buying pada pengguna layanan *Paylater*.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan *Self Control* Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater*

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan (uji f) diperoleh nilai f hitung lebih besar dari f tabel yaitu sebesar $7,092 > 2,702$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel independen yaitu literasi keuangan syariah, religiusitas dan *Self Control* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa FEB universitas mataram dalam menggunakan Shopee *Paylater*.

Besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.13 sebesar 0,186 atau setara dengan 18,6%. Maka secara bersama-sama variabel literasi keuangan syariah, religiusitas dan *Self Control* mampu menjelaskan pengaruh sebesar 18,6% terhadap minat penggunaan Shopee *Paylater*, sementara sisanya sebesar 81,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini. Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang serupa, seperti penelitian yang dilakukan oleh Silvialorensa et al. (2024) yang menggunakan variabel literasi keuangan dan gaya hidup dengan nilai R^2 sebesar 28,4% serta penelitian oleh Salsabila (2023) yang menggunakan variabel literasi keuangan, gaya hidup, kemudahan penggunaan dan manfaat memperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 29%. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini belum mampu menjelaskan variasi variabel dependen secara optimal, sehingga menunjukkan bahwa faktor-faktor lain di luar model penelitian ini memiliki peran yang lebih dominan dalam mempengaruhi minat penggunaan layanan *paylater*.

Rendahnya kemampuan model dalam menjelaskan variasi minat tersebut dapat dipengaruhi oleh perilaku konsumen yang kompleks. Keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan Shopee *PayLater* tidak hanya dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah, religiusitas dan *Self Control* tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti tingkat pendapatan, persepsi kemudahan penggunaan, promosi, gaya hidup, serta pengaruh sosial. Pernyataan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa minat

pengguna layanan keuangan digital dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal maupun eksternal.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh berbagai hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya perbedaan temuan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan *Paylater*. Penelitian Septin et al. (2023) menemukan bahwa pemahaman dan pengetahuann literasi keuangan syariah yang tinggi akan menurunkan minat menggunakan minat dalam menggunakan produk *Paylater* non syariah. Sementara itu, Afif dan Indrarini (2024), serta Wulandari (2023) justru menunjukan adanya hubungan yang positif. Di sisi lain, penelitian Rizqiyah dan Reviandani (2025) mengungkapkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan, sehingga mengindikasikan bahwa variabel tersebut tidak selalu menjadi faktor penentu dalam keputusan penggunaan *Paylater*.

Selain itu, pada variabel religiusitas dan *Self Control* juga ditemukan inkonsistensi hasil. Penelitian Wulandari (2023) serta Fahira dan Fajar (2025) menunjukan bahwa *Self Control* berpengaruh negatif terhadap perilaku penggunaan *Paylater*. Sebaliknya, hasil penelitiann Ferdiansyah (2024) dan Miranda (2024) mengungkapkan bahwa religiusitas tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan. Perbedaan temuan tersebut menegaskan bahwa perilaku penggunaan layanan *Paylater* sangat dipengaruhi oleh konteks penelitian, karakteristik responden, serta variabel-variabel lain yang digunakan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEB Universitas Mataram dalam menggunakan Shopee PayLater, yang mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan sering kali disalahartikan sebagai alat untuk memvalidasi kemudahan akses manfaat fitur tersebut daripada sebagai filter syariah. Sebaliknya, religiusitas dan kontrol diri terbukti memiliki pengaruh negatif yang signifikan, di mana semakin tinggi tingkat ketaatan beragama serta kemampuan pengendalian diri seorang mahasiswa, maka minat untuk memanfaatkan layanan yang berpotensi mengandung unsur riba tersebut cenderung menurun. Secara simultan, ketiga variabel ini hanya mampu menjelaskan 18,6 persen variasi minat penggunaan, yang menunjukkan bahwa masih terdapat dominasi faktor eksternal lain, seperti promosi agresif, gaya hidup, serta tekanan sosial, yang memainkan peran lebih sentral dalam membentuk keputusan keuangan mahasiswa.

Keterbatasan utama dalam penelitian ini terletak pada rendahnya nilai koefisien determinasi yang mengisyaratkan perlunya pengembangan model yang lebih kompleks dengan mengintegrasikan variabel eksternal seperti persepsi kemudahan penggunaan dan pengaruh rekan sebaya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel yang lebih komprehensif agar dapat menangkap dinamika perilaku konsumen secara lebih akurat. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pihak universitas dan lembaga pendidikan untuk lebih mengintensifkan edukasi literasi keuangan syariah yang aplikatif dan tidak sekadar teoretis, guna membekali mahasiswa dengan kemampuan untuk menyeimbangkan antara pemanfaatan teknologi digital dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Pembinaan kontrol diri dan penguatan identitas religius perlu menjadi agenda strategis di lingkungan kampus agar mahasiswa memiliki daya tawar yang lebih kuat dalam menghadapi godaan instrumen utang konsumtif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, T., Masita, M., Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Afif, Z. T., & Indrarini, R. (2024). Pengaruh literasi keuangan syariah, manfaat dan risiko terhadap minat menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(1), 60–75.
- Asmarani, R. A. (2024). *Pengaruh religiositas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater dengan kontrol diri sebagai variabel moderating* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303.
- Az-Zahra, N. F., Dwitama, R. P., Suryaputra, A. J., & Rahma, F. (2023). Dampak e-commerce terhadap bidang ekonomi, bisnis, dan pembelanjaan: Tinjauan literatur. *Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi*, 4(2), 355–361. <https://doi.org/10.46576/djtechno.v4i2.3552>
- Chen, H., Gupta, S., & Kim, Y. (2024). Digital payment systems and consumer credit behavior in emerging markets. *Journal of Financial Economics*, 158, 103856.
- Databoks. (2025). *Data tingkat kunjungan e-commerce di Indonesia kuartal IV 2024*. Katadata.
- Emzir. (2022). *Metodologi penelitian pendidikan: Kuantitatif dan kualitatif*. Rajawali Pers.
- Fadyah, D. M., & Hasanah, S. N. (2023). Analisis keberadaan unsur ribawi pada sistem jual beli Shopee Paylater. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.30821/se.v0i1.14893>
- Fahira, K. P., & Fajar, R. (2025). Hubungan self control dan religiusitas terhadap perilaku impulsive buying pada pengguna paylater. *Jurnal Psikologi*, 1–18.
- Fitria, Y., Kamaluddin, I., Jamal, M., & Syariah, F. (2023). Shopee Pay Later sebagai metode pembayaran menurut Fiqh Muamalah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(1).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1968). *American piety: The nature of religious commitment*. University of California Press.
- Hazmi, F. (2023). Pengaruh religiusitas terhadap impulse buying dengan intensitas penggunaan paylater sebagai variabel intervening pada generasi milenial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 19–32.
- Ilahi, N. (2022). Beli sekarang bayar nanti mahasiswi, Spay later, dan pandemi Covid-19. *EMIK: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 63–83. <https://doi.org/10.46918/emik.v5i1.1214>
- Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. (2020). *Pedoman etika penelitian dan pengembangan*.
- Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2021). *Pedoman nasional etik penelitian kesehatan*.

- Kamila, E. R., Azzahra, T., & Dan, A. I. X. A. (2025). Transformasi digital dan pertumbuhan e-commerce: Dampak, peluang, dan tantangan di era modern. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 141–145.
- Maharani, D. I. (2024). Peluang dan tantangan sektor e-commerce dalam meningkatkan perekonomian di era transformasi digital. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 201–210.
- Mayasurru, L. (2022). *Religiusitas dalam perspektif ekonomi Islam*. Pustaka Utama.
- Miranda, P. N. (2024). *Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi manfaat terhadap penggunaan Shopee Paylater pada mahasiswa FEBI IAIN Metro* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri IAIN Metro.
- Mooduto, W. P. A., & Mariam, I. (2020). Penerimaan dan penggunaan OVO Paylater dengan menggunakan model UTAUT. *Jurnal Administrasi Profesional*, 1(2), 8–15.
- Muhammad, A., & Kurniawan, D. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. Pustaka Pelajar.
- Nasir, M. D. A. (2020). Religiusitas mahasiswa perbankan syariah S1 UIN Malang yang menggunakan jasa bank syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 21–29.
- Novitasari, V., & Yanuari, S. W. (2024). Pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 2(2), 484–492.
- Rahman, A., & Yusuf, M. (2023). *Statistika untuk penelitian*. Penerbit Andi.
- Rahmani, S., Mukhsin, M., & Fakhrudin, M. (2023). Pengaruh religiusitas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup Islami terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 6(1), 32–43.
- Rizqiyah, F., & Reviandani, W. (2025). Pengaruh literasi keuangan, manfaat, dan pendapatan terhadap minat penggunaan Shopee Paylater di platform Shopee pada Kabupaten Gresik. *Co-Value: Jurnal Ekonomi Koperasi dan Kewirausahaan*, 15(8), 1–8. <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i8.5003>
- Rostarita, N. A. (2021). *Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa pada masa pandemi Covid-19* [Skripsi]. Universitas Islam Riau.
- Salsabila, S. T. (2023). *Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan manfaat terhadap niat menggunakan PayLater pada mahasiswa di Indonesia* [Skripsi]. Universitas Islam Indonesia.
- Septin, A. C., Haris, Z. A., & Widiastuti, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa menggunakan produk paylater non syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 25–31.
- Silvialorensa, D. D., Hartono, H., & Dwihandoko, T. H. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap penggunaan SPaylater pada generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto. *E-Bisnis Manajemen*, 2(3), 51–66.
- Siregar, S. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. Kencana.
- Sudaryono. (2022). *Metodologi penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan mix method*. Rajawali Pers.
- Sugiarti, D. (2023). Literasi keuangan syariah generasi Z dan minatnya pada perbankan syariah: Studi kasus pada siswa SMK di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 766–772.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Syaekhu, A. (2021). *Teori pengambilan keputusan*. Zahir Publishing.

Wulandari, S. (2023). *Pengaruh literasi keuangan, parental income dan self control terhadap minat menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa rantau* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.