

PENGARUH KEUANGAN DIGITAL DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNAAN PAYLATER PADA GENERASI Z

Karina Dwiyantri^{1*}, Yoni Hermawan², & Sri Hardianti Sartika³

^{*1-3} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi

*e-Mail: 222165141@student.unsil.ac.id

Submit Tgl: 25-Juni-2026

Diterima Tgl: 30-Juni-2026

Diterbitkan Tgl: 20-Juli-2026

Abstract: *This study aims to analyze the influence of digital financial literacy and consumer behavior on the decision to use Paylater among Generation Z in Imbanagara Raya Village. The problem in this study is the widespread use of paylater among Generation Z in Imbanagara Raya Village. This is caused by low digital financial literacy and high consumer behavior. In using paylater, they do not consider the benefits and cannot differentiate between needs and wants. This study uses quantitative descriptive research. The population in this study is Generation Z aged 17-29 years in Imbanagara Raya Village, Ciamis District. The sampling technique uses a simple random sampling technique by setting the number of samples at 5% of the total population in each hamlet. Simple random sampling technique is a random sampling method without considering the level of population members. So the sample used is 81 respondents consisting of 4 hamlets, namely, Warung Kulon Hamlet, Majalaya Hamlet, Sukasari Hamlet and Selaawi Hamlet. The data collection technique used a questionnaire and data processing using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 29. The results of the study indicate that: 1) There is a positive and significant influence of digital financial literacy on the decision to use PayLater with a significance value of 0.000. 2) There is a positive and significant influence of consumptive behavior on the decision to use PayLater with a significance value of 0.000. 3) Digital financial literacy and consumptive behavior simultaneously have a significant influence on the decision to use PayLater among Generation Z in Imbanagara Raya Village with a significance value of 0.000.*

Keywords: *Digital Financial Literacy, Consumptive Behavior, Decision to Use PayLater, Generation Z*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan Paylater pada Generasi Z di Desa Imbanagara Raya. Masalah pada penelitian ini yaitu maraknya penggunaan paylater pada generasi Z di Desa Imbanagara Raya yang. Hal tersebut diakibatkan oleh literasi keuangan digital yang rendah dan perilaku konsumtif yang tinggi. Dalam penggunaan paylater mereka tidak mempertimbangkan manfaat serta tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yakni generasi Z dengan usia 17 tahun-29 tahun di Desa Imbanagara Raya Kecamatan Ciamis. Adapun teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *simple random sampling* dengan menetapkan jumlah sampel sebesar 5% dari jumlah populasi pada setiap dusun. Teknik *simple random sampling* cara pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan tingkatan dalam anggota populasi. Sehingga sampel yang digunakan sejumlah 81 responden yang terdiri dari 4 dusun yakni, Dusun Warung Kulon, Dusun Majalaya, Dusun Sukasari dan Dusun Selaawi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengolahan data menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 29. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari literasi keuangan digital terhadap keputusan penggunaan paylater dengan nilai signifikan 0,000. 2) Terdapat Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari perilaku konsumtif terhadap keputusan

penggunaan paylater dengan nilai signifikan 0,000. 3) literasi keuangan digital dan perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Paylater pada Generasi Z di Desa Imbanagara Raya dengan nilai sig. 0,000.

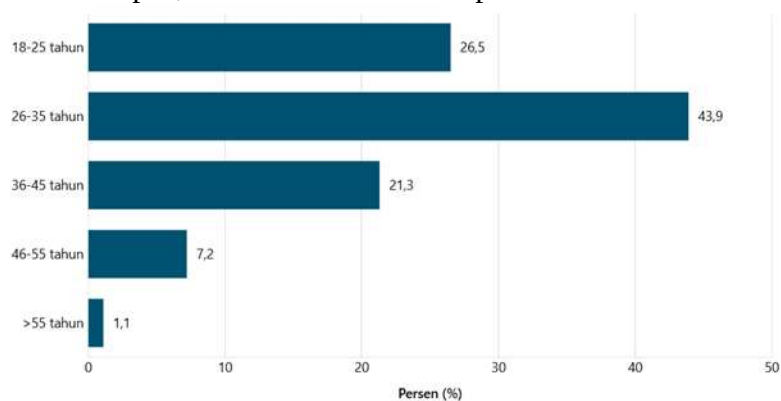
Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, Perilaku Konsumtif, Keputusan Penggunaan Paylater, Generasi Z

Cara mengutip Dwiyantri, K., Hermawan, Y., & Sartika, S. H. (2026). Pengaruh Keuangan Digital dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Penggunaan Paylater pada Generasi Z. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 753–762. <https://doi.org/10.71456/sur.v5i1.2171>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi pada sektor keuangan melalui hadirnya berbagai layanan keuangan digital, seperti dompet digital, QRIS, *mobile banking*, dan Paylater. (Wahyuni, 2024) Paylater merupakan metode pembayaran yang memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan penyedia layanan. Kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas yang ditawarkan menjadikan Paylater semakin diminati kalangan Generasi Z. Perkembangan e-commerce turut mendorong peningkatan penggunaan Paylater sebagai alternatif pembayaran. Berbagai platform seperti Shopee, Akulaku, dan TikTok Shop menyediakan layanan Paylater untuk memudahkan transaksi pengguna. Kondisi tersebut menyebabkan Paylater semakin dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, khususnya generasi muda yang akrab dengan teknologi digital.

Kemudahan digitalisasi ini telah meningkatkan produksi dan mempercepat distribusi produk kepada konsumen melalui sistem belanja online untuk memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Salah satunya pada platform e-commerce yang telah mengubah lanskap industri (Putri, 2024). Banyak Platform e-commerce yang menggunakan teknik Paylater karena dapat memudahkan pembayaran kepada penggunanya seperti akulaku paylater, shoppe paylater dan tiktok paylater. Selain itu juga sistem paylater ini banyak digunakan sebagai strategi bisnis utama oleh sejumlah platform e-commerce terkemuka, termasuk Shopee, akulaku dan tiktok shop.



Sumber: Databoks, 2024

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir antara tahun 1997–2012 dan dikenal memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi. Data menunjukkan bahwa Generasi Z menjadi kelompok pengguna Paylater terbesar kedua di Indonesia setelah generasi milenial. Tingginya penggunaan Paylater pada Generasi Z menunjukkan bahwa layanan tersebut telah menjadi salah satu alternatif pembayaran yang banyak digunakan dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumsi.

Namun, kemudahan penggunaan Paylater juga berpotensi menimbulkan berbagai risiko keuangan apabila tidak didukung oleh literasi keuangan digital yang memadai dan pengendalian perilaku konsumtif. Individu dengan literasi keuangan digital yang baik cenderung lebih mampu memahami manfaat, risiko, serta konsekuensi penggunaan Paylater, sedangkan perilaku konsumtif dapat mendorong individu melakukan pembelian secara berlebihan melalui fasilitas tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Mizanulhaq (2024) berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Paylater Pada Gen-Z: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia” menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan paylater, seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih bijak mengambil keputusan finansial dan gaya hidup konsumtifnya.

Penelitian ini dilakukan di desa Imbangara Raya Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis, terbagi menjadi empat dusun yaitu, Dusun Warung Kulon, Dusun Majalaya, Dusun Sukasari, Dusun Selaawi. Hasil pra survei di desa tersebut dalam keputusan penggunaan paylaternya menunjukkan bahwa mayoritas responden (72,08%) menjawab dalam kategori sangat setuju, diikuti oleh kategori setuju (8,75%), tidak setuju (9,17%), dan kategori sangat tidak setuju dan netral (masing-masing 5,00%). Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota Generasi Z memiliki kecenderungan yang kuat untuk menggunakan Paylater. Menurut responden, menggunakan Paylater dapat membantu memenuhi kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi dengan uang tunai pada saat itu, proses pembayaran lebih mudah, dan memberikan kepuasan setelah penggunaan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh literasi keuangan digital dan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan paylater pada generasi Z. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi Generasi Z dalam meningkatkan literasi keuangan digital sehingga mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta lebih bijaksana dalam mengambil keputusan penggunaan Paylater. Dengan pemahaman keuangan yang baik, Generasi Z diharapkan dapat memanfaatkan layanan Paylater secara terencana, bertanggung jawab, dan sesuai dengan kemampuan finansial yang dimiliki sehingga terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan dan risiko keuangan di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif merupakan salah satu jenis pendekatan dalam penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengarahkan peneliti dalam menggali, menggambarkan, dan memahami kondisi sosial yang diteliti secara komprehensif, luas, dan mendalam. Metode ini bertujuan

untuk menyajikan gambaran yang sistematis mengenai fakta-fakta atau karakteristik suatu populasi atau bidang tertentu secara akurat dan objektif berdasarkan data. Selain itu metode ini merupakan suatu penelitian yang menggunakan teknik analisis deskriptif dalam rangka memahami makna data secara akademik (Alfatih, 2023).

Pada penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) atau seringkali disebut teori perilaku terencana ialah teori yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991). Teori Perilaku Terencana Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan suatu teori yang menyatakan bahwa interaksi antara sikap, norma subjektif, dan persepsi akan mempengaruhi niat perilaku seseorang untuk melakukan suatu tindakan seseorang atau individu. Dalam penelitian ini literasi keuangan digital ini berkaitan dengan kontrol perilaku seorang individu. sedangkan perilaku konsumtif ini berkaitan dengan sikap individu dalam melakukan keputusan finansial termasuk pada penggunaan Paylater.

Populasi pada penelitian ini adalah generasi Z yang berada di desa imbangara Raya kecamatan Ciamis, kabupaten ciamis dengan total populasi 1.651 orang. Selain itu, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dengan menetapkan jumlah sampel sebesar 5% dari jumlah populasi pada setiap dusun sehingga total sampel yang dibutuhkan yaitu sebanyak 81 orang.

Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yakni menggunakan model regresi linier berganda dan uji hipotesis yang di uji menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini analisis tersebut digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel dependen, yaitu keputusan penggunaan paylater (Y) dan variabel independen, yaitu literasi keuangan digital (X1) dan Perilaku Konsumtif (X2). Berikut adalah hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini:

Tabel I. Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)		-16.617	4.578			-3.630 .001
Literasi Keuangan Digital		.669	.107	.460		6.244 .000
Perilaku Konsumtif		.697	.104	.495		6.720 .000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Paylater

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Paylater

Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai $a = -16.617$, dengan $b_1 = 0.669$, $b_2 = 0.697$, maka diperoleh persamaan regresi untuk penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + e$$

$$Y = -16.617 + 0.669 X_1 + 0.697 X_2$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -16,617 menunjukkan bahwa apabila variabel Literasi Keuangan Digital dan Perilaku Konsumtif dianggap bernilai 0, maka nilai Keputusan Penggunaan Paylater sebesar -16,617. Namun karena dalam penelitian sosial nilai nol pada variabel-variabel tersebut sulit terjadi, maka konstanta lebih berfungsi sebagai nilai dasar dalam pembentukan model regresi.
2. Nilai koefisien regresi Literasi Keuangan Digital sebesar 0,669 menunjukkan arah hubungan yang positif. Artinya, setiap peningkatan Literasi Keuangan Digital sebesar satu satuan akan meningkatkan Keputusan Penggunaan Paylater sebesar 0,669 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,244 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Paylater. Temuan ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki pengetahuan, pengalaman, keterampilan, dan kesadaran yang baik mengenai layanan keuangan digital cenderung lebih yakin dalam mengambil keputusan penggunaan Paylater. Literasi keuangan digital yang tinggi tidak selalu membuat seseorang menghindari Paylater, tetapi justru mendorong penggunaan Paylater secara lebih terencana, terkontrol, dan sesuai kebutuhan.
3. Nilai koefisien regresi Perilaku Konsumtif sebesar 0,697 menunjukkan adanya hubungan positif antara Perilaku Konsumtif dan Keputusan Penggunaan Paylater. Artinya, setiap peningkatan Perilaku Konsumtif sebesar satu satuan akan meningkatkan Keputusan Penggunaan Paylater sebesar 0,697 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Nilai t hitung sebesar 6,720 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa Perilaku Konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Paylater. Hal ini mengindikasikan bahwa responden yang memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk membeli produk karena diskon, promosi, harga, status sosial, atau pengaruh influencer akan lebih cenderung memanfaatkan fasilitas Paylater sebagai alternatif pembayaran.

Uji Hipotesis

1. Hasil Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila nilai sig. $< 0,05$ atau nilai r hitung $> r$ tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y begitupun sebaliknya. Menentukan t tabel :

Rumus :

$$\begin{aligned} &= t(a/2 ; n-k-1) \\ &= t(0,025 ; 81-2-1) \\ &= t(0,025 ; 78) \\ &= 1,990 \end{aligned}$$

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-16.617	4.578		-3.630	.001		
	Literasi Keuangan Digital	.669	.107	.460	6.244	.000	.785	1.274
	Perilaku Konsumtif	.697	.104	.495	6.720	.000	.785	1.274

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Paylater

Tabel II. Hasil Uji T

Sumber: Pengolahan Data SPSS,2026

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dianalisis bahwa:

1. Variabel Literasi Keuangan Digital memperoleh nilai t hitung sebesar 6,244 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Paylater pada Generasi Z. Nilai koefisien regresi sebesar 0,669 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Literasi Keuangan Digital akan meningkatkan Keputusan Penggunaan Paylater sebesar 0,669 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Variabel Perilaku Konsumtif memperoleh nilai t hitung sebesar 6,720 dengan nilai signifikansi 0,000.
2. Sementara itu pada perilaku konsumtif karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Paylater pada Generasi Z. Nilai koefisien regresi sebesar 0,697 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Perilaku Konsumtif akan meningkatkan Keputusan Penggunaan Paylater sebesar 0,697 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

2. Hasil Uji F (Simultan)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F adalah ketika nilai probabilitas (signifikansi) kurang dari 0,05. Demikian dapat dikatakan bahwa variabel independen secara simultan atau bersama sama mempengaruhi variabel dependen. Berikut adalah hasil uji F dalam penelitian ini:

Tabel 3 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Squares	Sum of df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2887.921	2	1443.961	78.370	.000 ^b
Residual	1437.140	78	18.425		
Total	4325.062	80			
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Paylater					
b. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan Digital					

Sumber: Pengolahan Data SPSS,2026

Tabel diatas, menunjukan angka nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini mengidentifikasi bahwa variabel Independen yaitu literasi keuangan digital dan perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan paylater.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Paylater

Uji T yang dilakukan dengan menggunakan SPSS menunjukan bahwa literasi keuangan digital pada generasi Z di Desa Imbangara Raya memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta t hitung $6.244 > 1.990$. dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan variabel literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan paylater. Sehingga hipotesis di terima. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan digital seseorang, maka semakin baik pula kualitas keputusan yang diambil dalam menggunakan layanan Paylater itulah mengapa Literasi keuangan digital adalah aspek yang paling penting dalam mengelola keuangan pada setiap orang. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan oleh (Susilowati et al., 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Paylater pada individu. Semakin tinggi pemahaman individu mengenai layanan keuangan digital, maka semakin baik pula pertimbangan yang dilakukan dalam memutuskan penggunaan Paylater.

2. Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Paylater

Berdasarkan Hasil Uji t menunjukan bahwa nilai signifikansi dari perilaku konsumtif sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hubungan perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan paylater. Sehingga hipotesis diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang diperoleh oleh (Saputri, et al., 2025) penggunaan Paylater memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perilaku konsumtif seseorang, maka semakin besar kecenderungannya untuk memanfaatkan layanan Paylater sebagai alternatif pembayaran.

3. Pengaruh literasi keuangan digital dan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan paylater

Uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan variabel literasi keuangan digital dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan Paylater tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan digital, tetapi juga dipengaruhi oleh kecenderungan perilaku konsumtif yang dimiliki oleh individu tersebut.

Literasi keuangan digital berperan dalam membantu Generasi Z memahami mekanisme penggunaan Paylater, risiko bunga, biaya administrasi, denda keterlambatan, serta kemampuan dalam mengelola keuangan digital secara bijaksana. Sementara itu, perilaku konsumtif berperan dalam mendorong keinginan untuk membeli barang atau jasa berdasarkan faktor emosional, tren, gengsi, status sosial, promosi, maupun pengaruh influencer. Ketika kedua faktor tersebut bekerja secara bersamaan, maka akan memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan Paylater. Hasil penelitian ini serupa dengan temuan yang terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh (Khairunnisa, 2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater pada Generasi Z. Temuan tersebut menunjukkan bahwa faktor kemampuan finansial dan perilaku konsumsi memiliki keterkaitan yang kuat dalam memengaruhi penggunaan layanan pembayaran digital berbasis kredit. Sedangkan, (Machali, 2021) dalam penelitiannya mengenai penggunaan Paylater, ditemukan bahwa literasi keuangan dan perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Paylater. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik serta kecenderungan perilaku konsumtif yang tinggi cenderung lebih sering memanfaatkan layanan Paylater dalam melakukan transaksi.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa literasi keuangan digital dan perilaku konsumtif merupakan dua faktor penting yang secara simultan memengaruhi keputusan penggunaan paylater. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan digital membantu orang dalam memahami cara kerja, keuntungan, risiko, biaya, dan konsekuensi keuangan pada penggunaan Paylater, Generasi Z yang memiliki tingkat literasi keuangan digital yang tinggi biasanya menunjukkan kepercayaan diri dan rasionalitas yang lebih besar. Dengan kata lain, literasi keuangan digital bertindak sebagai landasan pengetahuan yang membantu orang membuat keputusan keuangan yang lebih baik yang sesuai dengan keadaan keuangan mereka.

Di sisi lain, perilaku konsumtif terbukti menjadi faktor yang lebih insentif yang mendorong seseorang untuk menggunakan paylater. Generasi Z lebih cenderung melakukan pembelian bahkan ketika mereka tidak memiliki cukup uang pada saat transaksi karena faktor-faktor termasuk kemudahan akses, berbagai promosi, diskon, pola konsumsi, dan dampak media sosial serta *influencer*. Paylater adalah metode yang dianggap mampu dengan cepat memenuhi permintaan dan keinginan dalam situasi tertentu. Hasil ini menunjukkan

bahwa peluang seseorang menggunakan Paylater meningkat seiring dengan kecenderungan mereka terhadap aktivitas konsumen.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat pandangan keputusan penggunaan paylater pada generasi Z dimana literasi keuangan digital berkaitan dengan *perceived behavioral control*, yaitu kemampuan individu dalam memahami, mengendalikan, dan menggunakan layanan Paylater secara tepat. Semakin tinggi literasi keuangan digital, semakin baik kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan penggunaan Paylater secara terencana dan rasional.

Sementara itu, perilaku konsumtif berkaitan *dengan attitude toward behavior*, yaitu sikap positif individu terhadap penggunaan Paylater karena dianggap memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan. Oleh karena itu, ketika literasi keuangan digital dan perilaku konsumtif dimiliki secara bersamaan, keduanya dapat meningkatkan kecenderungan seseorang dalam memutuskan penggunaan Paylater.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, R. (2024). *Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital (Teori dan Implementasinya)*.
- Arianti, L. (2024). *Pengaruh Penggunaan Paylater Bayar Nanti Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kampung Tanggul Angin Punggur Lampung Tengah* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Dimock, M. (2019). *Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins*. Pew Research Center.
- Dr, P. (2023).
- Khasanah, R., & Ridwan, M. (2022). Tinjauan hukum Islam tentang transaksi e-commerce aplikasi Shopee dengan metode Paylater. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 2(2), 123–131.
- OECD/INFE. (2020). *International Survey of Adult Financial Literacy*. OECD. <https://doi.org/10.1787/145f5607-en>
- Putri, B. S. S. (2023). Analisis azas manfaat dan akad Paylater dalam perspektif ekonomi syariah: Studi literatur. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 893–903.
- Putri, S. I. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Sosial, dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Aplikasi Paylater* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Rahayu, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 74–87.
- Sadulur, A. I., & Wahab, W. A. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan pribadi pada Generasi Z. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 5(2), 139–146.

- Saputri, N. A. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Teknologi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah di IAIN Metro Angkatan 2020* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Soemiratmadja, L. H. (2023). TikTok jadi medsos utama Gen Z untuk cari informasi pada 2022. *Journal of Information Science & Library*, 4(2), 45–55.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sundari, U. Y., Panudju, A. A. T., Nugraha, A. W., Purba, F., Erlina, Y., Nurbaiti, N., & Pereiz, Z. (2024). *Metodologi Penelitian*. CV Gita Lentera.
- Tjahyadi, I. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*.